

Magdalena Olender-Skorek

Uniwersytet Warszawski
Wydział Zarządzania
Katedra Gospodarki Rynkowej
e-mail: M.Olender@itl.waw.pl

Rosnące znaczenie współdzielenia we współczesnej gospodarce

Kody JEL: O30, O39, Z1

Słowa kluczowe: ICT, gospodarka współdzielenia, gospodarka współpracy, pokolenie Z, gospodarka dostępu, gospodarka współpracy

Streszczenie. Współczesna gospodarka, pełna technologii ICT i przedstawicieli pokolenia Z, stanowi bardzo dobrą podstawę rozwoju idei współdzielenia. Głównym celem niniejszego artykułu jest pokazanie koncepcji współdzielenia, zarówno w sferze teoretycznej, jak i empirycznej. W pierwszej części artykułu skoncentrowano się na definicyjnym ujęciu całej koncepcji współdzielenia i określić pokrewnym. W drugiej części przedstawiono z kolei przykłady praktyki rynkowej oraz zaprezentowano wyniki ankiety przeprowadzonej wśród przedstawicieli pokolenia Z.

Wprowadzenie

Współczesna gospodarka, bazująca w dużej mierze na technologiach ICT (*Information and Communication Technologies*), to gospodarka otwarta, globalna, w której przepływ informacji odbywa się niemal w czasie rzeczywistym. Nowe możliwości technologiczne ułatwiają kooperację międzygałęziową, co z kolei przekłada się na obniżenie kosztów transakcyjnych. Właśnie te cechy sprzyjają rozwojowi idei współdzielenia, która dotychczas znajdowała marginalne zastosowanie.

Pojawiają się nowe formy modeli rynkowych i nowe modele konsumpcji. W ekonomii nawiązaniem do takiego podejścia jest tzw. gospodarka współdzielenia (*sharing economy*) i koncepcje jej pokrewnie, oparte na idei, w ramach której indywidualni konsumenci nie wykorzystują wielu dóbr dostarczanych przez gospodarke, albo korzystają

z nich w ograniczonym czasie. Co więcej, współdzielenie nie ogranicza się tylko do gospodarstw domowych, ale znajduje szerokie zastosowanie w przedsiębiorstwach. Ideę tę odnaleźć można już dziś, np. w branży samochodowej, gdzie dwa różne koncerny wykorzystują wspólne elementy podwozia do modeli swoich samochodów miejskich.

Artykuł jest próbą zwrócenia uwagi na ten ważny trend w gospodarce, szczególnie tej współczesnej, pełnej rozwiązań teleinformatycznych, sprzyjających kooperacji i współpracy. Przedstawione w ostatniej części artykułu wyniki badania ankietowego, mają z kolei wskazać na poziom świadomości tego tematu wśród tzw. pokolenia Z, które nie może obyć się bez internetu i smartfona. Można się spodziewać, że to otwarte pokolenie (Żarczyńska-Dobiesz, Chomątowska, 2014), będzie chętnie dzieliło się swoimi zasobami i będzie chętnie korzystało z współkorzystania zasobów innych, nawet bez znajomości formalnych pojęć i definicji.

1. Ujęcie definicyjne

Termin gospodarka współdzielenia pochodzi od idei wspólnej konsumpcji (*collaborative consumption*), która pojawiła się w literaturze prawie 40 lat temu i oznaczała współdzielenie dóbr pomiędzy różnymi konsumentami (Felson, Spaeth, 1978). W gospodarce był to okres, kiedy teleinformatyka czy inaczej: technologie ICT (*Information and Communication Technologies*) właściwie rąkowały, co prawdopodobnie wpłynęło na wąskie zastosowanie idei współdzielenia w porównaniu z dzisiejszymi jej możliwościami. Na skutek rozwoju technologii ICT, współdzielenie zaczęło rozwijać się bardzo dynamicznie i nie ograniczało się już tylko do sfery konsumentów, ale zaczęło obejmować także producentów i przedsiębiorstwa. W literaturze zaczęły pojawiać się pojęcia powiązane, takie jak: gospodarka współdzielenia (*sharing economy*), gospodarka współpracy (*collaborative economy*), gospodarka partnerstwa (*peer-to-peer economy*), czy dzielenie w celu stworzenia wspólnego dobra (*mesh*).

Ze względu na subtelne różnice definicyjne (wynikające w dużej mierze z intensywnego rozwoju tej idei dopiero w ostatnich latach), w praktyce pojęcia te stosowane są zamiennie, co wprowadza pewien definicyjny chaos. Pod pojęciem gospodarka współpracy (*collaborative economy*) kryje się gospodarka społecznościowa, oparta na zdecentralizowanych rynkach sieciowych, budowana oddolnie z pominięciem tradycyjnych pośredników, co daje obraz szerokich ram, w których zawiera się m.in. gospodarka współdzielenia (*sharing economy*). Ta z kolei definiowana jest jako gospodarka oparta na współdzieleniu wolnych czy nie w pełni wykorzystanych zasobów, za opłatą lub za darmo, bezpośrednio od osób prywatnych. Pośrednicy mają w tym przypadku mniejszą kontrolę, gdyż liczy się społeczność.

Tabela 1. Terminologia związana z *sharing economy* – rys historyczny

Terminologia	Rok powstania	Autor	Tytuł publikacji
<i>Collaborative consumption</i> (wspólna konsumpcja)	1978	M. Felson, J.L. Spaeth	<i>Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach</i>
<i>Share economy</i> (gospodarka podziału)	1984	M.L. Weitzman	<i>The Share Economy: Conquering Stagflation</i>
<i>Sharing economy</i> (gospodarka współdzielenia)	2008	L. Lessing	<i>Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy</i>
<i>Collaborative economy</i> (gospodarka współpracy)	2009	M.C. Jennejohn	<i>Contract Adjudication in a Collaborative Economy</i>
<i>Peer-to-peer economy</i> (gospodarka partnerstwa)	2010	J. Silver	–
<i>Mesh</i> (współprodukcowanie)	2010	L. Gansky	<i>The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing</i>
<i>Access economy</i> (gospodarka dostępu)	2011	J. Blaisdell	–
<i>On-demand economy</i> (gospodarka na żądanie)	2012	J. Wortham	–

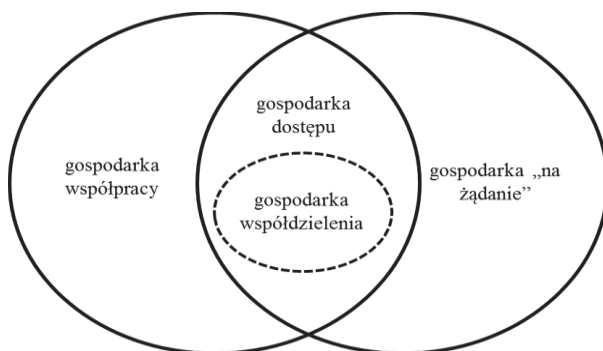
Zródło: opracowanie własne na podst. Lukas Zgiep, www.zgiep.com (2016).

Najbliższym pojęciem do gospodarki współdzielenia jest gospodarka dostępu (*access economy*), które pojawiło się jako alternatywa dla współdzielenia w sytuacjach, kiedy tego współdzielenia faktycznie nie ma. W literaturze przedmiotu zaczęto formułować zarzuty, że współdzielenie może wprowadzać w błąd, stąd zaproponowano zmianę nomenklatury na dostęp (Eckhardt, Bardhi, 2015). Ma ono lepiej opisywać realia tej idei, a jednocześnie jest nieco szersze i uwzględnia większą rolę podmiotów biznesowych, udostępniających odpłatnie zasoby nie tylko na zasadzie wspólnej konsumpcji. Pośrednicy (nie w ujęciu tradycyjnym) mają większą kontrolę i są silniej zorientowani na zysk.

Definicja zaproponowana przez Komisję Europejską w jednym z komunikatów (Komisja Europejska, 2016) dotyczy z kolei wspólnej konsumpcji i mówi wprost o modelach prowadzenia działalności, w których działalność odbywa się dzięki pośrednictwu platform współpracy, tworzących ogólnie dostępny rynek czasowego korzystania z dóbr lub usług, często dostarczanych przez osoby prywatne. Gospodarka dzielenia się obejmuje trzy kategorie uczestników: 1) usługodawców dzielących się swoimi dobrami, zasobami, czasem lub umiejętnościami – mogą to być osoby fizyczne oferujące usługi okazjonalnie (*peers*) lub usługodawcy zawodowo zajmujący się świadczeniem usług (tzw. profesjonalni dostawcy usług); 2) użytkowników powyższych usług; oraz 3) pośredników łączących – za pośrednictwem platformy internetowej – dostawców z użytkownikami i ułatwiających transakcje między nimi (tzw. platformy współpracy). Z punktu widzenia literatury przedmiotu, tak szerokie podejście jest jak najbardziej poprawne. Wystarczy spojrzeć na powszechnie stosowaną klasyfikację, według której

gospodarka współdzielenia jest tylko fragmentem wspólnej konsumpcji (rys. 1.). Relacja pozostałych definicji nie jest już tak prosta – istnieją części wspólne, jak i wykluczające się pozostałych z nich.

Komisja Europejska, wskazując jednak (w przypisach) pozostałe pojęcia jako synonimy, dokonała dużego uproszczenia. W przytoczonej definicji zmieniono środek ciężkości, podkreślając znaczenie platform współpracy, za pośrednictwem których odbywa się komunikacja i faktyczna współpraca. Doprowadziło to do sytuacji, w której o gospodarce współdzielenia nie sposób dziś mówić w oderwaniu od internetu. Co więcej, wspomniane platformy, mogą mieć charakter zarówno narzędzi dedykowanych do tego celu, jak i portali społecznościowych, wykorzystywanych do dzielenia niejako „przy okazji”.



Rysunek 1. Relacje pomiędzy pojęciami opisującymi różne koncepcje współdzielenia

Źródło: opracowanie własne na podst. www.pi.gov.pl.

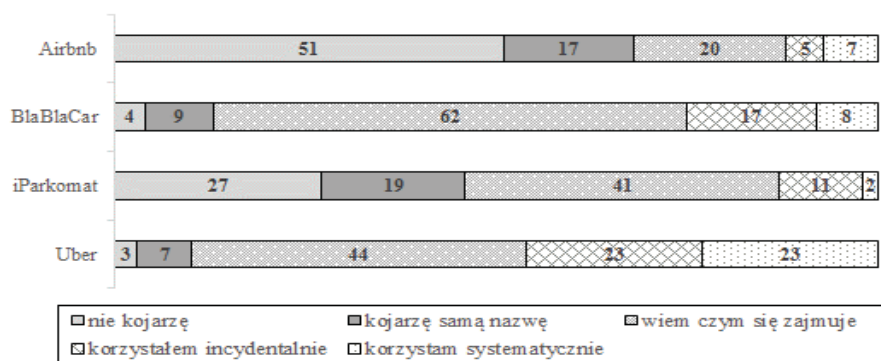
2. Praktyka rynkowa a świadomość pokolenia Z

We współczesnej gospodarce współdzielenie pojawia się w wielu segmentach – poczynając od transportu, zakwaterowania, współdzielenia zasobów ludzkich, logistyki, usług finansowych, na sprzęcie na użytek gospodarstw domowych kończąc. Popularność usług jest różna, głównie dlatego, że różna jest świadomość konsumentów. Na potrzeby niniejszego artykułu przeprowadzono krótkie badanie ankietowe, którego celem było sprawdzenia stopnia znajomości współdzielenia przez młode pokolenie Z. W przyszłości to właśnie oni będą determinować rozwój tego typu usług. Badaniem objęto konkretną grupę – studentów Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego pierwszego roku, studiujących w trybie zaocznym (45% ankietowanych) i dziennym (55%) na kierunku: zarządzanie. Łącznie analizie poddano 101 ankiet, po uprzednim odrzuceniu osób, które urodziły się wcześniej i nie stanowią klasycznego przykładu pokolenia Z. Badanie miało charakter deklaracyjny i między innymi dlatego jego wyniki są poglądowe, niemniej jednak bardzo ciekawe z punktu widzenia niniejszego artykułu.

Zadeklarowana znajomość samych idei współdzielenia okazała się wyjątkowo dobra. Nazwy poszczególnych koncepcji kojarzy między 30% a 45% respondentów, ogólne znaczenia pojęć rozpoznaje od 20% do 33%, a szczegóły działania deklaruje ok. 10%. Największą wiedzę studenci mają na temat współfinansowania społecznościowego (*crowdfunding*) oraz na temat dzielenia się wiedzą. Najslabiej wygląda natomiast znajomość najstarszych koncepcji – współdzielenia (*sharing*) i współkorzystania (*collaborative*).

Jeśli chodzi o rozpoznawalność firm działających na zasadzie dzielenia, do ankiety wybrano największe i najbardziej znane (najczęściej pojawiające się w internecie), czyli: Airbnb, BlaBlaCar, iParkomat, JadeZabiore.pl, Kokos, Otodojazd, Trejdo, Uber, Wolneauto.pl.

Zbiorcze wyniki dla czterech najpopularniejszych z nich przedstawiono na rysunku 2, a w dalszej części artykułu jeszcze zawężono tę grupę do trzech największych.



Rysunek 2. Rozpoznawalność najpopularniejszych firm korzystających z dzielenia

Źródło: opracowanie własne.

Najpopularniejszą (w skali światowej) firmą wprowadzającą ideę współdzielenia (a dokładniej w tym przypadku – partnerstwa) jest działająca od 2008 roku amerykańska firma Airbnb. Oferuje ona (za pośrednictwem strony www) zakwaterowanie w różnych zakątkach świata (w ponad 191 krajach i ponad 34 tys. miast, ponad 60 mln użytkowników) – zarówno osobom chcącym udostępnić swój dom bądź mieszkanie, jak i podróżującym, poszukującym lokum. Co więcej, działa polska domena www tej firmy. Mimo tak dużej popularności, w Polsce znajomość tej firmy w badanej grupie okazała się stosunkowo niewielka (rys. 2.) – ponad połowa (51%) ankietowanych młodych ludzi nie kojarzy nawet nazwy, a do korzystania z jej usług przyznaje się zaledwie 12%.

Drugą firmą, podawaną najczęściej jako przykład nowoczesnego wykorzystania zasobów, jest oferująca przewóz osób firma Uber. Powstała w 2009 roku, podobnie jak Airbnb w Kalifornii, ale w innej branży i na innych zasadach. W tym przypadku sko-

rzystanie z usług uwarunkowane jest wgraniem specjalnej aplikacji na urządzenie mobilne i zarejestrowanie się na stronie Ubera. Początkowo firma planowała oferowanie przewozów wyłącznie samochodami klasy lux i umożliwienie płatności telefonami komórkowymi, szybko jednak uelastyczyła swoje usługi osiągając dostępność w 68 krajach świata i 400 miastach. Firma działa także w Polsce, wywołując dość głośne protesty ze strony licencjonowanych przewoźników (jako że Uber nie wymaga licencji ani specjalnych uprawnień do przewozu osób). Kierowcy firmy korzystają z własnych samochodów i jedyne co muszą mieć, to ważne prawo jazdy, a od niedawna także założoną własną działalność gospodarczą. W Uberze panuje swoista hierarchiczność – reguluje on wynagrodzenie kierowców, a coraz częściej także określa ceny za usługi przewozowe. Trudno jest zatem mówić o partnerstwie pomiędzy świadczącym usługi kierowcą a usługobiorcą, stąd Uber w literaturze przedmiotu określany jest najczęściej jako klasyczny przykład gospodarki dostępu. Znajomość tej firmy wśród pokolenia Z jest wyjątkowo wysoka (rys. 2). Tylko 3% respondentów w ogóle jej nie kojarzy, a aż 46% korzysta z jej usług (incydentalnie bądź systematycznie). W badanej próbie Uber wypadł więc najlepiej.

Inną firmą, wykorzystującą w większym stopniu relacje społecznościowe, ale świadczącą podobne usługi, jest pochodząca z Francji BlaBlaCar. Jej model działania jest jeszcze inny, gdyż potencjalni klienci za pomocą specjalnego serwisu społecznościowego poszukują po prostu wolnego miejsca w samochodzie na interesującej ich trasie. Takie wolne miejsca mogą zaoferować także w swoim aucie innym użytkownikom. Obniża to koszty, gdyż w cenie paliwa partycypują wszyscy pasażerowie jadący samochodem. Serwis działa także na platformie mobilnej, a jego siłą jest efekt sieci (im więcej użytkowników BlaBlaCar, tym jego oferta jest atrakcyjniejsza, bo istnieje większe prawdopodobieństwo znalezienia interesującego środka komunikacji na wybranej trasie). Całość opiera się na wzajemnym zaufaniu usługodawcy i usługobiorcy, którzy w tym przypadku postawieni są na tym samym poziomie i działają na zasadzie partnerstwa. Obecnie zarejestrowanych jest 40 mln użytkowników w 22 krajach. Jak pokazują wyniki przeprowadzonej na potrzeby niniejszego artykułu ankiety (rys. 2.), cieszy się on dużą popularnością wśród polskiego pokolenia Z. BlaBlaCar nie jest kojarzone w żaden sposób tylko przez 4% badanych, a z usług korzysta 25% (czyli mniej niż z Ubera, chociaż firma jest bardziej przyjazna dla konsumenta i ma przystępniejszą ofertę cenową). Okazuje się, że główną przyczyną jest różne spozycjonowanie usług – Uber obsługuje przewozy lokalne, w obrębie jednego miasta (analogia taksówki), a BlaBlaCar wykorzystywany jest przeważnie na dłuższe trasy (analogia połączenia międzymiastowego, a nawet międzynarodowego).

3. Wyzwania

Pojawienie się nowych zjawisk w gospodarce wywiera implikacje na wielu polach i tak jest też w przypadku trendów związanych ze współdzieleniem. Oprócz tak oczywi-

stych zalet, jak efektywniejsze korzystanie z istniejących zasobów¹ czy też mniejsze zaśmiecanie gospodarki², pojawiają się kwestie sporne. Po pierwsze, trendy współdzielenia wymagają pojawienia się nowych regulacji prawnych, które uchwyciłyby to, co wymyka się w dziś z przepisów. Obecnie najpilniejsze wydają się regulacje w sferze: ochrony konsumentów i usług (w tym przepisy odszkodowawcze), zatrudnienia oraz podatkowej.

Kwestie związane z odpowiedzialnością za niewłaściwie wykonaną usługę czy rozwiązanie spraw spornych przy współdzieleniu, dostrzegają nie tylko zespoły prawnicze, ale i zwykli użytkownicy, którzy wskazują je jako barierę w wykorzystywaniu współdzielenia. Nie ma przejrzystych zasad dotyczących dochodzenia swoich praw strony pokrzywdzonej, bo brakuje doprecyzowania, kto jest stroną takiego kontraktu. Przykładowo, co się stanie, gdy strona umowy nie ma osobowości prawnej, a współdzielenie dotyczy np. udostępnionego na zasadzie barteru mieszkania? A jeśli już mamy do czynienia z firmą, to czy odpowiedzialność za niewłaściwe wykonanie usługi, np. przewozu osób na zasadzie współdzielenia czy dostępu będzie leżała po stronie fizycznie wykonującego tę czynność kierowcy, czy może po stronie zatrudniającej go korporacji.

Problem jest tym większy, że na gruncie obecnych przepisów, nieuregulowany jest sam stosunek zatrudnienia. W wielu przypadkach pracownicy nie są formalnie zatrudnieni na zasadzie umowy o pracę, a prowadzą po prostu własną działalność i jedyne co ich łączy, to wspólna platforma czy też korporacja dająca rozpoznawalne logo, zapewniająca marketing i ustalająca jednolity poziom cen.

Innym przykładem luki prawnej w sytuacji pojawienia się *sharing economy* są przepisy podatkowe (PwC, 2016). Problem jest wielowątkowy i w pierwszej kolejności sprowadza się do rozstrzygnięcia, czy usługi i produkty pojawiające się w gospodarce współdzielenia to byty zupełnie nowe, czy też może są to te same usługi i produkty, które znalazły nowy teleinformatyczny kanał dystrybucji. Wówczas możliwe staje się określenie, na ile należy zmodyfikować istniejące przepisy i czy konieczne są zupełnie nowe regulacje. Doświadczenie z portalami społecznościowymi i unikaniem przez nich opodatkowania, pokazuje, że niezależnie od przepisów, jednocześnie uszczelnienia wymaga system monitoringu i kontroli podatkowej.

Podsumowanie

Gospodarka współdzielenia, niezależnie od wybranego wariantu realizacji jest coraz popularniejsza, choć można zaryzykować stwierdzenie, że nie doszła jeszcze do

¹ Czynniki czysto ekonomiczny, kosztowy.

² Czynniki ekologiczny, którego idea polega na możliwym wykorzystaniu produktów już istniejących bez generowania zbędnej produkcji (niejednokrotnie zatruwającej i zaśmiecającej środowisko naturalne).

fazy pełnej dojrzałości (nie osiągnęła zatem punktu nasycenia). Praktycznie lawinowo pojawiają się za to różne określenia dotyczące kolejnych wariantów wspólnego wykorzystywania zasobów znajdujących się w gospodarce. W definicjach panuje chaos, a podejmowane kolejne próby usystematyzowania funkcjonujących pojęć, kończą się najczęściej... kolejnym nowym określeniem. Całość komplikują pojawiające się nowe firmy, bazujące na modelu biznesowym, wykorzystującym ideę dzielenia się w coraz to nowym wariacie, często niewystępującym w teorii. Młodzi ludzie, będący przedstawicielami pokolenia Z, tym bardziej mają prawo nie orientować się w ideach, modelach, definicjach i pojęciach. Niemniej jednak deklaratywne badanie wskazuje, że nazwy i ogólne koncepcje nie są im zupełnie obce.

Podobnie jest ze znajomością firm działających na rynku polskim, choć (poza Uberem), ankietowani korzystają z nich rzadziej niż można by przypuszczać. Co więcej, pokolenie to nie jest zupełnie otwarte na udostępnianie swoich zasobów – chęć podzielenia się deklaruje średnio 44% respondentów, z czego większość byłaby w stanie podzielić się wyłącznie swoją wiedzą. Obserwacje te, można tłumaczyć na dwa sposoby:

- po pierwsze, firmy kierują swoje usługi do innego segmentu rynku, do ludzi samodzielnych finansowo (np. żeby skorzystać z zakwaterowania w Airbnb trzeba mieć środki na podróż, a żeby skorzystać z iParkomat trzeba mieć swój samochód),
- po drugie, pokolenie Z nie chce udostępniać zasobów, których nie ma; tak też można tłumaczyć powszechną chęć udostępniania wiedzy przy praktycznie zerowych deklaracjach dotyczących wypożyczenia mieszkania czy środków finansowych.

Czy wyniki potwierdziłyby się w wywiadach pogłębionych? Czy rozmiar próby bardzo zmieniłby percepcję? I wreszcie: jaki jest kierunek rozwoju idei współdzielenia, skoro pokolenie Z może okazać się niewystarczająco na nie otwarte? To tylko kilka pytań, jakie piętrzą się po zaprezentowanych w artykule informacjach dotyczących koncepcji *sharingu*... Temat niewątpliwie jest ciekawy i stanowi tylko przyczynek do dalszych badań.

Bibliografia

- Eckhardt, G.M., Bardhi, F. (2015). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. *Harvard Business Review*, 28th January.
- Felson, M., Spaeth, J.L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21, 614–624.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing?* New York: Penguin Group.
- Jennejohn, M.C. (2010). Contract Adjudication in a Collaborative Economy. *Virginia Law and Business Review*, 5 (2), 173–190.

- Komisja Europejska (2016). Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się, SWD(2016) 184 final.
- Lessing, L. (2008). *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: The Penguin Press.
- PwC (2016). *(Współ)dział i rządź! Prawno-podatkowe aspekty ekonomii współdzielenia w Polsce*.
- Weitzman, L.M. (1984). *The Share Economy: Conquering Stagflation*. Published by Harvard University Press.
- Żarczyńska-Dobiesz, A., Chomątowska, B. (2014). Pokolenie “Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 350, 405–415.
- www.pi.gov.pl.
- www.zgiep.com.

GROWING ROLE OF SHARING IN MODERN-DAY ECONOMY

Keywords: ICT, sharing economy, collaborative economy, generation Z, access economy, peer-to-peer economy

Summary. Modern-day economy, with ICT evolution and new type of generation (called Z generation), is perfect background for sharing idea. The main aim of the article is to present nowadays state of *sharing* – in both: theoretical and empirical aspects. The first part of the article focuses on wide range of share-family definitions. In the second part, the paper gives some examples of market practice and shows main survey results (conducted among generation Z).

Translated by Magdalena Olender-Skorek

Cytowanie

Olender-Skorek, M. (2017). Rosnące znaczenie współdzielenia we współczesnej gospodarce. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 1 (126/1), 257–265. DOI: 10.18276/epu.2017.126/1-26.