Problemy Transportu i Logistyki nr 3/2019 (47)
(dawne Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Problemy Transportu i Logistyki)

Szczecin 2019

Rada Naukowa
prof. dr hab. Ursula Braun-Moser (professor emeritus)
prof. dr hab. Jan Burnewicz, prof. zw. (Uniwersytet Gdański)
prof. dr hab. Marek Ciesielski, prof. zw. (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
prof. dr hab. Michael R. Crum (Iowa State University)
prof. dr hab. Peter Faller (Wirtschaftsuniversität Wien)
prof. dr ing. Josef Gnap (Žilinska Univerzita)
prof. dr habil. Heiner Hautau (Institut für Stadt- und Raumplanung, Bremen)
prof. dr hab. Bogusław Liberadzki, prof. zw. (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie)
prof. dr hab. Józef Perenc, prof. zw. (Uniwersytet Szczeciński)
prof. dr Franco Rotim (Akademija Tehničkih Znanosti Hrvatske)

Lista recenzentów znajduje się na stronie internetowej

Redaktor naukowy
dr hab. Tomasz Kwarciński prof. US

Redaktor tematyczny
dr hab. Tomasz Kwarciński prof. US

Sekretarz redakcji
mgr Sylwia Kowalska

Redaktor statystyczny
dr inż. Tomasz Wiśniewski

Redakcja językowa i korekta
Michał Warłyha

Skład komputerowy
Marcin Kaczyński

Projekt okładki
Katarzyna Pawlik

Wersja papierowa jest wersją pierwotną

Czasopismo „Problemy Transportu i Logistyki" jest indeksowane w następujących bazach referencyjnych: BazEkon, BazTech, BazHum, Index Copernicus.

Zasoby bazy udostępniane są bezpłatnie

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2019

ISSN 1644-275X

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego
Wydanie I. Ark. wyd. 4,0. Ark. druk 4,0. Format B5. Nakład 45 egz.

SPIS TREŚCI

Wstęp 5

Konrad Henryk Bachanek – Gospodarka współdzielenia w koncepcji *smart city* 7

Damian Bonk – Kooperacja konkurentów jako element budowy intermodalnych łańcuchów transportowych 15

Katarzyna Goyke – Współdzielenie kosztów usług niematerialnych w spółkach powiązanych – ograniczenia podatkowe 25

Sylwia Kowalska – Zachowania konsumentów w obliczu rozwoju *sharing economy* 39

Monika Krezymon, Krystian Stróżewski – Popularność usługi *carsharing* w grupie wiekowej 18–25 lat na przykładzie Szczecina 53

WSTĘP

Oddajemy do rąk czytelników kolejny numer czasopisma „Problemy Transportu i Logistyki". Tym razem przedstawione w czasopiśmie artykuły koncentrują się na problematyce związanej z ekonomią współdzielenia. Ten nurt badań naukowych należy uznać za ważny, nowoczesny i perspektywiczny. Waga tego problemu badawczego wynika ze zmian społeczno-gospodarczych oraz środowiskowych w układzie makro- i mikroekonomicznym. Wspólne użytkowanie dóbr (np. środków transportu) pozwala na lepsze gospodarowanie (wymiar gospodarczy) a tym samym ograniczanie ich negatywnego wpływu na środowisko naturalne (wymiar środowiskowy). Przedstawione w czasopiśmie artykuły mają charakter ogólnych rozważań na tematy związane z ekonomią współdzielenia, w tym odniesienie do idei *smart city*, współdzielenia kosztów niematerialnych, zmian zachowań konsumentów oraz koncepcji zrównoważonego rozwoju. Ponadto przedstawiono interesującą analizę ekonomii współdzielenia w kontekście współpracy konkurentów w ramach łańcuchów dostaw oraz oceny usługi *carsharing* na przykładzie Szczecina.

Czasopismo „Problemy Transportu i Logistyki" (dawniej Zeszyty Naukowe PTiL) jest ważnym miejscem publikowania wyników badań naukowych z zakresu transportu i logistyki. Prezentowane w czasopiśmie artykuły charakteryzują się aktualnością, wagą poruszanych problemów oraz wysokim poziomem merytorycznym zagadnień związanych z transportem i logistyką.

Chciałbym w tym miejscu serdecznie podziękować dotychczasowym redaktorom naukowym czasopisma, sekretarzom redakcji, recenzentom, a przede wszystkim Autorom, za inspirujące, stojące na wysokim poziomie merytorycznym artykuły.

Szczególną rolę w rozwoju czasopisma odegrała Pani Profesor Elżbieta Załoga, za co chciałbym Jej w tym miejscu serdecznie podziękować. Profesor Elżbieta Załoga pełniła funkcję reaktora naukowego czasopisma od 2007 roku. W tym czasie udało się Jej podnieść rangę czasopisma i jego rozpoznawalność na arenie krajowej i międzynarodowej. Swoje prace naukowe publikowali tu naukowcy z ośrodków krajowych i zagranicznych.

Redaktor czasopisma
Tomasz Kwarciński
Szczecin, 26.09.2019

PTiL 3/2019 (47) | ISSN: 1644-275X | www.wnus.edu.pl/ptil | DOI: 10.18276/ptl.2019.47-01 | 7–13

GOSPODARKA WSPÓŁDZIELENIA W KONCEPCJI *SMART CITY*

DATA PRZESŁANIA: 22.09.2019, DATA AKCEPTACJI: 4.07.2020, KODY JEL: H79, O18, R58

Konrad Henryk Bachanek

ORCID: 0000-0002-5964-0286
Uniwersytet Szczeciński
konrad.bachanek@usz.edu.pl

STRESZCZENIE

Rozwój technologii inżynierskich oraz wzrost możliwości planistycznych przyczynia się do rozwiązywania wielu problemów związanych z rozwojem współczesnych aglomeracji miejskich. W walce z chronicznym zjawiskiem kongestii, zanieczyszczeniem powietrza generowanym przez transport czy dominacji indywidualnej motoryzacji nad innymi funkcjami miejskimi, najczęściej stosowanym rozwiązaniem stała się koncepcja *smart city*. Szereg rozwiązań z zakresu mobilności indywidualnej korzystnych dla miast, w których użytkownicy dzielą się w różnych formach środkiem transportu, np. samochodem, rowerem czy skuterem, jest jednym z wyzwań polityki transportowej aglomeracji miejskich. Celem artykułu jest przedstawienie idei koncepcji *smart city* oraz planów rozwoju z zakresu ekonomii współdzielenia w miastach.

SŁOWA KLUCZOWE

zarządzanie miastem, inteligentny transport, logistyka

ISTOTA I ROLA KONCEPCJI *SMART CITY* W ZARZĄDZANIU ROZWOJEM MIAST

Współczesne zurbanizowane obszary miejskie nieustannie dążą do zapewnienia spójności między zjawiskami społecznymi, ekonomicznymi oraz środowiskowymi. Ciągłe udoskonalanie procesów, zwiększanie mobilności poprzez gospodarkę współdzielenia to priorytetowy cel w dobie powszechnie rozwijającej się urbanizacji.

Organizacja Narodów Zjednoczonych szacuje, że w latach 2015–2050 liczba ludności świata wzrośnie o 32%, tj. z 7,2 do 9,7 mld mieszkańców, podczas gdy ludność miejska wzrośnie o 63%, z 3,9 do 6,3 mld mieszkańców. Obecne szacunki sugerują, że do 2030 roku ponad 60% ludności świata będzie żyło w miastach, a znaczny wzrost tej tendencji nastąpi w Afryce, Azji i Ameryce Łacińskiej.

Wyniki badań przeprowadzonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych wskazują jednoznacznie na rozwój miast i rodzący się w związku z tym problemem efektywnego wykorzystania rozwijających się obszarów miejskich. Miasta przyszłości muszą dostosować się do istniejących warunków, w celu szybkiego reagowania na skutki takie jak np.:

- zmiana klimatu,
- wzrost populacji,
- globalizacja gospodarki i demografii,
- rozwój technologii,
- zmiany geopolityczne,
- mobilność ludzka (w tym migracje),
- starzenie się populacji,
- konflikty i nierówność społeczna.

Włodarze miast, aby zadbać o zurbanizowane obszary miejskie oraz ich użytkowników, wdrażają coraz częściej koncepcję *smart city*, która staje się dziś planem strategicznym wielu aglomeracji zarówno w Polsce, jak i w Europie.

Ośrodek badawczy Massachusetts Institute of Technology, zajmujący się powyższą problematyką, definiuje *smart city* jako:

> inteligencję mieszczącą się w połączeniu coraz bardziej skutecznych cyfrowych sieci telekomunikacyjnych (porównanych do nerwów), wszechobecnie występujących nieustannych procesów inteligencji (porównanych do mózgów), czujnikach i receptorach (porównywanych do narządów zmysłów) oraz oprogramowaniu (porównywanych do wiedzy i kompetencji poznawczych) (Mitchell, 2007, s. 7).

Według A. Caragliu (2016) miasto staje się inteligentne, gdy inwestycje w kapitał ludzki oraz społeczny, a także tradycyjne i nowoczesne technologie informacyjne i komunikacyjne wspierają trwały wzrost gospodarczy oraz wysoką jakość życia.

S. Mohanty uważa *smart city* za:

> miejsce, w którym tradycyjne sieci i usługi są bardziej elastyczne, wydajne i zrównoważone. Opierają się na wykorzystaniu informacji, technologii cyfrowych i telekomunikacyjnych, w celu poprawy funkcjonowania miast oraz na rzecz mieszkańców. Inteligentne miasta są bardziej ekologiczne, bezpieczniejsze, szybsze i bardziej przyjazne (Mohanty, Choppali, Kougianos, 2016, s. 60).

Znaczącym aspektem ekonomii współdzielenia w koncepcji *smart city* są wszelkie zjawiska bazujące na skłonności mieszkańców do współpracy, pomagania innym i dzielenia się zarówno swoim czasem, jak i zasobami, które są odwzajemniane przez innych mieszkańców inteligentnego miasta w różny sposób (materialny i pozamaterialny).

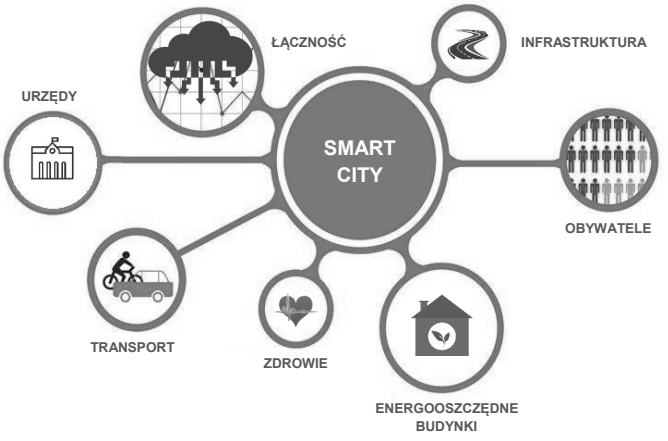
N. Komninos (2013, s. 24.) definiuje *smart city* jako obszar (gmina, powiat, klaster, miasto), składający się z czterech głównych elementów:

1. Kreatywnej populacji realizującej intensywne działania wykorzystujące wiedzę lub klaster takich działań.

2. Efektywnie prosperującej instytucji wraz z jej procedurami w zakresie tworzenia wiedzy, umożliwiających jej nabywanie, adaptację oraz ciągły rozwój.
3. Rozwiniętej infrastruktury szerokopasmowej, cyfrowych przestrzeni, e-usług oraz narzędzi *on-line* do zarządzania wiedzą.
4. Udokumentowanej zdolności do innowacji, zarządzania i rozwiązywania problemów, które pojawiają się po raz pierwszy, ponieważ innowacyjność i zarządzanie w warunkach niepewności są kluczowe do oceny inteligencji.

Koncepcja *smart city* to nowatorska idea, której celem jest zarządzane miastem, jak i również jego zasobami w sposób ekologiczny, nowoczesny, oszczędny i efektywny. Współczesne obszary zurbanizowane nieustannie dokonują własnego rozwoju innowacyjnych technologii, przede wszystkim informatycznych oraz komunikacyjnych. Zmiany te mają na celu podniesienie funkcjonalności miast wraz z usprawnieniem wszystkich procesów wewnątrzstrukturalnych – aby wykorzystać ich potencjał konieczna jest symbioza nowoczesnych rozwiązań technicznych z istniejącą już i modernizowaną infrastrukturą. Dzięki temu każde miasto – które jest *smart* – będzie postępowym miejscem, dbającym o poprawę komfortu życia swoich mieszkańców, nie degradując przy tym środowiska naturalnego.

Głównym założeniem *smart city* jest integracja technologii z dobrym zarządzaniem. Idea inteligentnego miasta ma przede wszystkim na celu poprawę działań w siedmiu kategoriach, które przedstawiono na rysunku 1.



Rysunek 1. Determinanty klasyfikacji *smart city*

Źródło: opracowanie własne na podstawie worldhomelandsecurity.com (2019).

Przedstawicielami pierwszej kategorii inteligentnego miasta są obywatele. Kwalifikuje się do niej zarówno mieszkańców miast korzystających czynnie z dóbr oferowanych przez zurbanizowane obszary miejskie, jak również biernych użytkowników, którzy nie używają np. komunikacji czy rowerów miejskich. Terminem obywatel określa się osobę, która:

- zamieszkuje zurbanizowany obszar miejski,
- współtworzy gospodarkę miasta,

- ma bezpośredni wpływ na stan obszarów miejskich,
- aktywnie współtworzy obszar gospodarki współdzielenia.

W skład urzędów wchodzą instytucje, które przez swoją działalność oddziałują w sposób bezpośredni i pośredni na zurbanizowany obszar. Odnosząc się do energii, uwzględnia się tutaj stan jej oddziaływania na środowisko naturalne. Dąży się do wyeliminowania, w możliwie jak największym stopniu, negatywnego jej oddziaływania. Kolejną kategorią są energooszczędne budynki, które jako część infrastruktury stanowią spójny system zurbanizowanego *smart city*.

Transport to ogniwo w koncepcji *smart*, które stanowi duży problem z punktu widzenia oddziaływania na środowisko naturalne. Dąży się do jak najmniejszego wykorzystywania własnych środków komunikacji (np. samochodów osobowych), na rzecz transportu zbiorowego oraz takie wykorzystanie rozwiązań z zakresu mobilności indywidualnej, korzystnych dla miast, w których użytkownicy dzielą się w różnych formach środkiem transportu, np. samochodem, rowerem czy skuterem. Jest to jedno z wyzwań polityki transportowej aglomeracji miejskich.

Piątym ogniwem jest infrastruktura. Wlicza się do niej infrastrukturę transportu samochodowego, kolejowego, lotniczego czy żeglugi śródlądowej, ale również konstrukcje i narzędzia inżynierskie wspierające bezpieczeństwo ruchu pojazdów (semafory, tablice zmiennej treści – inteligentne systemy transportowe).

Pod pojęciem łączności rozumie się technologię IT, która pomaga zintegrować wszystkie systemy wewnątrz obszaru zurbanizowanego. Systemy te dążą głównie do poprawy efektywności transportowej (przepustowość dróg), ale również wpływają na usprawnienie komunikacji (routery Wi-Fi ogólnodostępne dla mieszkańców).

Ostatnim ogniwem kategorii *smart city* jest zdrowie. W tej kategorii brane są pod uwagę czynniki wpływające na stan samopoczucia mieszkańców miast.

Realizacja zadań opisanych powyżej służy poprawie jakości życia w obszarach zurbanizowanych. Przestrzeganie zasad skutkuje wzrostem bezpieczeństwa, poprawą stanu środowiska naturalnego oraz przede wszystkim zadowoleniem użytkowników miast, co jest kluczowym determinantem warunkującym prawidłowe funkcjonowanie koncepcji *smart city*. W ramach poprawy jakości funkcjonowania koncepcji wykorzystywana jest gospodarka współdzielenia, której celem jest połączenie wszystkich ogniw w jedną spójną całość, dającą efekty ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. Współdzielenie odzwierciedla współtworzenie miasta przez jego mieszkańców i dlatego jest niekwestionowanym narzędziem kreowania miast inteligentnych.

GOSPODARKA WSPÓŁDZIELENIA W KONCEPCJI *SMART CITY* – ANALIZA PRZYPADKÓW

W języku polskim pojęcie gospodarka współdzielenia (*sharing economy*) funkcjonuje jako ekonomia współpracy czy ekonomia współdzielenia. W języku angielskim oprócz *sharing economy* występują również terminy: *collaborative economy*, *gig economy*, *on-demand economy* czy *peer economy* (Petropoulos, 2017).

Ekonomistka J.B. Schor (2011) fenomen gospodarki czy ekonomii współdzielenia nazywa innowacją społeczną napędzaną etosem trwałego, zrównoważonego rozwoju oraz rozwojem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych i społeczności sieciowych. Innowacja ta stoi w opozycji do ideałów społeczeństw postmodernistycznych, w których posiadanie stało się nor-

matywnym ideałem, wyznaczającym kierunek dominującemu wzorcowi konsumpcji. Zdaniem M. Banaszek (2016, s. 55) ogólnoświatowy kryzys ekonomiczny sprawił, że na znaczeniu zyskała gospodarka współdzielenia. Stała się ona przedmiotem zainteresowania ekonomistów, ale także przedstawicieli innych dyscyplin oraz władz centralnych i samorządowych.

Na podstawie danych zebranych w ciągu czterech lat (2016–2019) dla czasopisma *Generation Share* (Matofska, Sheinwald, 2019) dowodzi się, że miliony istnień ludzkich są ratowane ze względu na ekonomię współdzielenia. Badania pokazują, że ratuje się i zmienia życie wielu ludzi na wiele różnych sposobów, do których zalicza się:

a) *food sharing* (dzielenie się żywnością) – obecnie marnuje się 1,3 mld. ton żywności (jedna trzecia) globalnie każdego roku (Matofska, Sheinwald, 2019). Jako mieszkańcy wysoko rozwiniętych aglomeracji miejskich posiadamy wystarczająco duże nadwyżki żywności, aby wyżywić około 10 mld ludzi na całym świecie (Holt-Gimenez i in., 2012, s. 595–598), pokazując, że dzielenie się jedzeniem mogłoby uratować, rocznie, 36 mln ludzi przed śmiercią i oznaczać koniec głodu na świecie. W Wielkiej Brytanii marnuje się około 650 000 000 posiłków dobrej jakości każdego roku, co wystarczyłoby, aby wyżywić 8,6 mln ludzi cierpiących z powodu ubóstwa żywnościowego;
b) *car sharing* (udostępnianie samochodów) – współdzielenie samochodów mogłoby zapobiec rocznie 4,2 mln przedwczesnych zgonów wywołanych zanieczyszczeniem powietrza;
c) *vacant home sharing* (udostępnianie niezamieszkałych domów) – mogłoby zakończyć globalną bezdomność przez dzielenie pustych przestrzeni życiowych. Na świecie jest 150 mln osób bezdomnych, a niezamieszkałych domów jest aż około 6 razy więcej (Chamie, 2017);
d) *micro-finance* (mikrofinansowania) – 1,1 mld ludzi wyszło z ubóstwa od 1990 roku dzięki „współdzieleniu" lub mikrofinansowaniu (*The Impact of Microfinance*, 2018);
e) *philanthropy* (filantropia) – czyli dzielenie się bogactwem – mogłoby rozwiązać problem globalnego ubóstwa i uratować życie ponad miliardowi żyjących w skrajnym ubóstwie. Gdyby klasa średnia chciała przekazać zaledwie 0,5% swoich wydatków na rzecz potrzebujących, to istnieje możliwość pozyskania 319 mld dolarów rocznie (Matofska, Sheinwald, 2019);
f) *knowledge sharing* (udostępnianie wiedzy) – edukacja i dzielenie się wiedzą zmniejsza ubóstwo, nierówność płci, handel narkotykami, uzależnienie od alkoholu i przestępstwa z użyciem przemocy. Wiedza, umiejętności i programy wymiany młodzieży zmniejszają odsetek osób przedwcześnie kończących naukę (wśród dzieci ze slumsów o 85%) i zwiększają udział dziewcząt w edukacji o 70%;
g) *goods sharing* (udostępnianie rzeczy) – na świecie jest wystarczająca nadwyżka towarów (dostępne towary dla wszystkich, którzy tego potrzebują). Udostępniając jeden artykuł gospodarstwa domowego oszczędzamy zasoby własne, ale również dbamy o nieodnawialne źródła energii.

Dobrze prosperująca, zrównoważona, gospodarka dzielenia się funkcjonuje, opierając się na bazie koncepcji *smart city* i ekonomii współdzielenia. Wspólne działania i współpraca mieszkańców miast realizują potrzeby w celu poprawy wzajemnego życia, koordynacji procesów zarządczych w mieście i ochrony planety oraz tworzenia bogactwa, z którego wszyscy korzystamy.

PODSUMOWANIE

Zjawisko ekonomii współdzielenia to obecnie dynamiczny ruch oferujący nowe modele współpracy i sposobu życia, takie jak wspólna konsumpcja czy też użytkowanie, wspólna produkcja, współfinansowanie i pozyskiwanie środków na inwestycje oraz dzielenie się *know-how*. Można zatem stwierdzić, że następują zmiany w stylu życia społeczeństw, gdyż w odmiennym modelu człowiek postrzegał rzeczywistość jako indywidualny sposób egzystencji i zaspokajania własnych potrzeb. Współdzielenie odzwierciedla współtworzenie miasta przez jego mieszkańców i dlatego jest niekwestionowanym narzędziem kreowania miast inteligentnych. *Sharing economy* pozwala na rozbudowę potencjałów miasta inteligentnego, a głównym zadaniem włodarzy miast jest dążenie do zmiany zachowań komunikacyjnych.

Propagowanie ekonomii współdzielenia jest obecnie warunkiem koniecznym (choć niewystarczającym) wzrostu zaangażowania mieszkańców inteligentnych aglomeracji miejskich i ich współdecydowania o funkcjonowaniu miasta. Tym samym ekonomia współdzielenia jest niekwestionowanym narzędziem kreowania miast inteligentnych – realizacją idei współtworzenia miasta przez jego mieszkańców. Oparta na kapitale społecznym stanowi efektywną drogę do wdrażania innowacji w mieście i poprawy jakości życia mieszkańców i stanu środowiska.

LITERATURA

Banaszek, M. (2016). Ekonomia współdzielenia jako alternatywny kierunek rozwoju miast. *Ekonomia Społeczna*, *1*, 51–59.

Caragliu, A. (2016). Smart Cities: past achievements and future challenges. *Scienze Regionali. Italian Journal of Regional Science*, *1*, 7–14.

Chamie, J. (2019). As Cities Grow, So Do the Numbers of Homeless. Pobrane z: https://yaleglobal.yale.edu/content/cities-grow-so-do (4.07.2020).

Holt-Giménez, E., Shattuck, A., Altieri, M., Herren, H., Gliessman, S. (2012). We already grow enough food for 10 billion people… and still can't end hunger. *Journal of Sustainable Agriculture*, *6* (36), 595–598.

Komninos, N. (2013). *Intelligent cities: innovation, knowledge systems and digital spaces*. London–New York: Spon Press.

Matofska, B., Sheinwald, S. (2019). *Generation Share: The Change-Makers Building the Sharing Economy.* Policy Press.

Mitchell, W. (2007). Intelligent cities. *E-Journal on the Knowledge Society*, *5*, 3–8.

Mohanty, S.P., Choppali, U., Kougianos, E. (2016). Everything you wanted to know about smart cities: The internet of things is the backbone. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, *5* (3), 60–70.

Petropoulos, G. (2017). *An Economic Review of the Collaborative Economy.* Pobrane z: www. bruegel.org/2017/02/an-economic-review-of-the-collaborative-economy (4.07.2020).

Schor, J.B. (2011). *True wealth: How and why millions of Americans are creating a time-rich, ecologically light, small-scale, high-satisfaction economy.* Penguin.

The Impact of Microfinance (2018). Pobrane z: https://gomedici.com/impact-of-microfinance (4.07.2020).

worldhomelandsecurity.com.

Sharing economics in the concept of Smart City

SUMMARY

The development of engineering technologies and the increase of planning possibilities contributed to the development of modern urban agglomerations. In the fight against the chronic phenomenon of construction, combining air generated by transport or the dominance of individual motorization and other urban functions, the often-used concept is the Smart City concept. A number of solutions in the field of individual mobility used for cities where they are divided into different forms of transport, e.g. car, bicycle or scooter, is one of the challenges of urban agglomeration means of transport.
The purpose of the article is to present the idea of the Smart City concept and to develop the development in the field of sharing economy in cities.

KEYWORDS

city management, intelligent transport, logistics

Translated by Konrad Bachanek

PTiL 3/2019 (47) | ISSN: 1644-275X | www.wnus.edu.pl/ptil | DOI: 10.18276/ptl.2019.47-02 | 15–23

KOOPERACJA KONKURENTÓW JAKO ELEMENT BUDOWY INTERMODALNYCH ŁAŃCUCHÓW TRANSPORTOWYCH

DATA PRZESŁANIA: 1.08.2019, DATA AKCEPTACJI: 31.08.2019, KODY JEL: L20, L91, R40

Damian Bonk

Uniwersytet Szczeciński
e-mail: d.h.bonk@gmail.com

STRESZCZENIE

W artykule omówiono zastosowanie idei współdzielenia zasobów logistycznych w łańcuchach transportowych wykorzystujących transport intermodalny. Uwaga skoncentrowana została na wpływie kooperacji konkurentów na możliwości zwiększenia udziału transportu intermodalnego w towarowych przewozach ładunków. Autor, omawiając istniejące przypadki wyżej wymienionej współpracy, wskazuje możliwości zastosowania koncepcji *sharing economy* na rynku usług transportu intermodalnego i zwiększenia przez to jego udziału w całości przewozów. W artykule określono również warunki (m.in. organizacyjne), jakie muszą być spełnione dla utworzenia lub zwiększenia współpracy w omawianych łańcuchach transportowych. Autor stwierdza, że koopetycja małych i średnich przedsiębiorstw potęguje ich możliwości konkurencyjne na globalnym rynku. Jednocześnie, w przypadku zastosowania koopetycji w celu zmiany sposobu transportu na transport intermodalny, oprócz korzyści jakościowych oraz ekonomicznych pojawiają się korzyści środowiskowe. Autor stwierdza także, że istnieje potrzeba tworzenia programów wspierających i promujących koopetycję w określonych obszarach gospodarki.

SŁOWA KLUCZOWE

transport intermodalny, kooperacja, koopetycja, łańcuchy logistyczne, ekonomia współdzielenia, logistyka współdzielenia

WPROWADZENIE

Dzięki zmianom pokoleniowym, rozwojowi nowych technologii oraz metod komunikacji, na poziomie globalnym coraz większego znaczenia nabiera nurt ekonomiczny zwany ekonomią współdzielenia (lub w niektórych źródłach ekonomią współdzieloną, z ang. *sharing economy*), który zakłada współdzielenie konkretnych zasobów w celu maksymalizacji ich zużycia oraz minimalizacji kosztów związanych z ich eksploatacją. Najprostszym przykładem może być współużytkowanie miejsca parkingowego przez sąsiadów, którzy dzielą wspólnie koszty związane z podnajmowaniem przestrzeni, jednocześnie użytkując ją naprzemiennie w okresach dla nich dogodnych. Analogiczna

zasada działania z czasem przeniosła się z klientów indywidualnych oraz rynku usługowego do strefy działalności przedsiębiorstw i rynku przewozów, a także dystrybucji towarów. Coraz częściej wymogi, jakie otoczenie rynkowe stawia obecnie dystrybutorom oraz wytwórcom dóbr w myśl zasad ekonomii współdzielonej, skłaniają ich do zastosowania strategii koopetycji dla zwiększania lub, w niektórych przypadkach, w ogóle uzyskania zysków przedsiębiorstwa. Koopetycja jest stosunkowo nowym terminem określającym koncepcję relacji międzyorganizacyjnych polegającą na jednoczesnej współpracy i rywalizacji między konkurentami. Oprócz terminu koopetycja[1] funkcjonuje również termin kooperencja[2] oraz współpraca konkurencyjna. Z założenia powyższe terminy są synonimiczne i dotyczą nie pojedynczych umów czy projektów, a strumieni konkurencji i kooperacji przedsiębiorstw. Koopetycja w zakresie transportu, logistyki a także budowy łańcuchów i sieci dostaw, może stanowić odpowiedź na problemy mniejszych wytwórców lub dystrybutorów dóbr, którzy to pojedynczo nie są wstanie konkurować z wielkimi przedsiębiorstwami działającymi na zglobalizowanym rynku. Konkurencyjność małych podmiotów mogłaby się zwiększyć poprzez zmniejszenie kosztów oraz czasu dostaw do odbiorcy ostatecznego. W przypadku niektórych podmiotów, polepszenie konkurencyjności również wynikałoby ze zwiększonej jakości wykonywanego przewozu (np. przez zwiększenie bezpieczeństwa towaru w jednostce ładunkowej). Koopetycja mniejszych podmiotów prowadzi naturalnie do budowy nowoczesnych logistycznych łańcuchów dostaw na wzór tych stosowanych przez największe przedsiębiorstwa, lecz działających na zasadzie kooperacji, podziału kosztów i zysku. Wdrażanie zasad koopetycji może stanowić bodziec do rozwoju oraz zwiększenia zysków poszczególnych podmiotów z kategorii MSP[3], a także stanowić impuls do zainteresowania ich nowymi i innowacyjnymi sposobami transportu (w tym transportu intermodalnego) czy obsługi logistycznej ładunków. Celem artykułu jest przedstawienie możliwości zastosowania koncepcji *sharing economy* na rynku usług transportu intermodalnego i zwiększenia przez to jego udziału w przewozach.

ZJAWISKO KOOPETYCJI JAKO CZĘŚĆ NURTU EKONOMII WSPÓŁDZIELONEJ

Współdzielenie czy wymiana zasobów, towarów lub usług prowadzi do maksymalizacji ich wykorzystania i, co za tym idzie, również do zmniejszenia ich marnotrawienia oraz ograniczenia kosztów ich wykorzystywania, za pomocą podziału na podmioty korzystające wspólnie z zasobu lub usługi. Bazując na tym założeniu, w 1978 roku M. Felson oraz J.L. Spaeth w pracy zatytułowanej *Community Structure and Collaborative Consumption* wprowadzili termin *sharing economy*, czyli ekonomia współdzielenia. Zjawisko to nie jest więc nowe, jedynie jego skala i powszechność sprawiają, że staje się ono coraz bardziej popularne, jednocześnie rozszerzając się na inne niż pierwotnie fragmenty rynku. Filozofia wyżej opisanego nurtu ekonomicznego rozkwita między innymi dzięki zmianom pokoleniowym, jakie nastąpiły w XXI wieku. Dla pokolenia czy tzw. generacji urodzonej

[1] Z ang. *coopetition*– konkurowanie przy jednoczesnej współpracy, termin stosowany powszechnie w literaturze nauk o zarządzaniu.

[2] Według E. Marciszewskiej (2014) termin ten, prawdopodobnie, został po raz pierwszy użyty w polskiej literaturze naukowej przez A. Sulejewicza (1997) w opracowaniu *Partnerstwo strategiczne. Modelowanie współpracy przedsiębiorstw*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza.

[3] Sektor małych i średnich przedsiębiorstw.

i wychowanej pod koniec XX i na początku XXI wieku proces zakupowy odbiega od standardowej formy występującej w latach wcześniejszych. Aktualnie przewagę zdobywa prowadzenie handlu w przestrzeni wirtualnej, co zwiększa szybkość oraz wygodę dokonywanych transakcji oraz umożliwia w większym zakresie zastosowanie tzw. marketingu rekomendacji[4]. Taki sposób prowadzenia handlu stał się możliwy dzięki kolejnemu elementowi, za pomocą którego nurt ekonomii współdzielonej się rozpowszechnia, a mianowicie rozwojowi technologicznemu, a także rozwojowi przyjaznych dla użytkowników aplikacji kojarzących strony transakcji.

W literaturze typ gospodarki współdzielenia opisuje się jako „alternatywny model wykorzystania, posiadania i konsumpcji, który zwiększa efektywność wykorzystywanych zasobów" (Sztokfisz, 2017). Gospodarka współdzielenia w uproszczeniu polega na bezpośredniej wymianie dóbr i usług między podmiotami, przy założeniu wykorzystania aplikacji lub strony internetowej kojarzącej podmioty wymiany. Wymiana może odbywać się w sposób bez przynoszenia zysku lub dający zyski jednej ze współpracujących stron. Gospodarkę współdzielenia można również określić jako „system społeczno-gospodarczy wokół podziału zasobów ludzkich i materialnych" (Ziobrowska, 2017). Model gospodarki współdzielenia zakłada wspólne użytkowanie oraz kreację, dystrybucję lub handel usług i dóbr nie tylko przez konsumentów prywatnych, ale również przez organizacje. Model ten w podstawowej wersji opiera się na współpracy prowadzącej do osiągania wspólnych korzyści, w tym zawiera się budowanie gospodarki oddolnie, w ramach określonej społeczności, w celu uniknięcia pośredników, a także sytuacji, kiedy podmiot płaci za dostęp do konkretnego zasobu, który współużytkuje. Przedmiotem w gospodarce współdzielenia mogą być usługi transportowe (*carsharing*), przestrzeń (*coachsurfing*), umiejętności i czas (wymiana towar za towar lub usługa za usługę), jedzenie, moda, AGD lub różne inne przedmioty (*toyswap*), a także finanse czy przedmioty maklerskie. Z punktu widzenia biznesu przedmiotem może być wspólne centrum dystrybucji dla wielu podmiotów, zazwyczaj w pozostałych aspektach konkurujących ze sobą. Wymiana lub współużytkowanie może odbywać się w każdym typie relacji P2P (*person to person*), P2B (*person to business*), B2P (*business to person*) i B2B (*business to business*). Obecnie *sharing economy* kojarzone jest w większości przypadków z usługami turystycznymi lub wymianą towarów w relacji P2P.

Przy omawianiu zastosowania zasad *sharing economy* dla współpracy przedsiębiorstw z kategorii MSP w celu osiągnięcia przez nie odpowiedniego poziomu konkurencyjności, inaczej być może niedostępnego, należy wyjaśnić zjawiska w tym przypadku towarzyszące, tzn. kooperację oraz konkurencję, które zastosowane wspólnie prowadzą do koopetycji (czyli kooperacji konkurentów lub jak podają niektóre źródła „sypiania z wrogiem"[5]). Kooperację można definiować jako współpracę co najmniej dwóch podmiotów w celu osiągnięcia pewnego zdefiniowanego efektu. Kooperacja jest pojęciem szerokim, a podmioty w niej uczestniczące mogą być różne od osób fizycznych, np. przedsiębiorstwa, instytucje (naukowe) czy władze poszczególnych regionów. Jednocześnie można wyróżnić wiele rodzajów kooperacji, biorąc pod uwagę poszczególne kryteria (zob. Jaźwiński,

[4] Proces polegający na ocenianiu towaru lub usługi, w którym bierze się pod uwagę, jako jedno z najważniejszych kryteriów, inne oceny użytkowników. Zastosowanie tego rozwiązania może skracać proces decyzyjny oraz określić jakość towaru lub usługi przed dokonaniem zakupu.

[5] Określenie *sleeping with enemy* pojawia się w wielu publikacjach, m.in. w: MC., Huang, BJ. Chang (2018). Sleeping with the enemy: The moderating effect of cooperation on competitive dynamics from collective identity perspective. *Management Decision*, *3* (57), 10.1108/MD-01-2017-0054.

Kiernożycka-Sobejko, 2006) – jak np. efektywność, obszar czy liczba podmiotów w niej uczestniczących. Jednocześnie przy zjawisku kooperacji opisuje się zjawisko konkurencji polegające na współzawodniczeniu w dążeniu do pewnego celu (np. uzyskania wyższego procentowego udziału w rynku niż konkurent lub zwiększenia dochodu, czy osiągnięcia przewagi technologicznej). Gdy oba powyższe zjawiska mają miejsce jednocześnie, następuje proces kooperacji konkurentów czyli koopetycji. Termin *coopetition* (koopetycja) powstał z połączenia słów *cooperation* (kooperacja) i *competition* (konkurencja) i został użyty po raz pierwszy w 1990 roku przez wieloletniego dyrektora firmy Novell R. Noord (Tomaszewski, 2013). Natomiast badania nad samym zjawiskiem zapoczątkowane zostały w latach 90. XX wieku. Jak podaje M. Tomaszewski (za M. Bengtsson oraz S. Kock) „koopetycja oznacza sytuację, w której przedsiębiorstwa na jednym rynku konkurują ze sobą, podczas gdy w tym samym czasie na innym rynku podejmują współpracę. W tym ujęciu koopetycję można nazwać agresywną strategią polegającą na „sypianiu z wrogiem". Globalizacja i rozwój technologiczny niejako wymuszają w dzisiejszych czasach takie rozwiązania jak koopetycja dla przedsiębiorstw z sektora MSP, które to nieraz same nie posiadają odpowiednich funduszy lub możliwości do konkurowania w dzisiejszej gospodarce. Wiele rozwiązań z zakresu koopetycji opiera się natomiast na założeniach nurtu ekonomii współdzielonej, jak np. budowanie oddolnych klastrów bez udziału pośredników czy współdzielenie zasobów (np. technicznych) dla lepszego ich wykorzystania i obniżenia kosztów. Współdzielenie zasobów umożliwia również małym producentom konkurowanie z międzynarodowymi przedsiębiorstwami, a także na wspólne organizowanie transportów do głównych węzłów przeładunkowych (np. w innych krajach niż kraj wysyłki), nie wykluczając konkurowania na rynku docelowym. Taki model, antycypujący wykorzystanie dokładnie odpowiedniej ilości zasobu zakłada, że nadmiar tegoż nie jest blokowany i może być wykorzystywany przez inne przedsiębiorstwo w ramach koopetycji. W ogólnym rozrachunku zmniejszana jest konsumpcja (wykorzystanie środków transportu, wykorzystanie zasobów czy środków technicznych) oraz koszty dla pojedynczych podmiotów.

WSPÓŁDZIELENIE ZASOBÓW ORAZ WSPÓŁPRACA KONKURENCYJNA NA PRZYKŁADZIE TRANSPORTU INTERMODALNEGO

Sharing economy jest pojęciem szerokim zarówno w przedmiocie, jak podmiocie w nim obecnym, dlatego z czasem zaczęto wprowadzać pojęcia w swoim znaczeniu zawężające zakres ekonomii współdzielonej. Jednym z nich jest *sharing logistic*[6], czyli zastosowanie założeń ekonomii współdzielonej dla usprawnienia działania łańcucha lub sieci dostaw w relacjach podstawowo B2B, ale również P2B oraz B2P. *Sharing logistic* narodził się w odpowiedzi na problemy, jakie pojawiły się podczas prób usprawniania procesów logistycznych (głównie transportu), w sytuacji gdy jedno przedsiębiorstwo posiada zapotrzebowanie na użytkowanie centrum przeładunkowego lub jakiegoś typu transportu, jednocześnie nie posiadając odpowiedniego wolumenu[7], który wykorzystałby je w zadowalającym/opłacalnym kosztowo stopniu. Koncepcja *sharing logistic* zakłada dzielenie obsługi logistycznej przez wielu klientów, co prowadzi bezpośrednio do

[6] Logistyka współdzielenia, zob. B. Gesing (2017).
[7] Np. ilości towaru do przewożenia lub magazynowania.

zwiększenia efektywności[8] pracy logistycznej. Wynika to z możliwość lepszego wykorzystania przestrzeni ładunkowej (konsolidując ładunki od różnych nadawców, można lepiej wykorzystać przestrzeń transportową), co natomiast prowadzi do zwiększenia częstotliwości dostaw oraz obniżenia ich kosztu dzięki efektowi skali. Zwiększa się również ogólna jakość obsługi logistycznej, zmniejsza jej czas oraz obciążenie środowiskowe transportu w porównaniu z konwencjonalnymi sposobami obsługi ładunków, które nie stosują modelu *sharing logistic*. Lepsze wykorzystanie środków transportu czy większe wielkości przewozów, powstałe dzięki konsolidacji ładunków, wpływają na poprawę współczynnika obciążenia pojazdów i zmniejszenie ich ilości, co skutkuje także obniżeniem regionalnych współczynników kongestii oraz polepszeniem ekologiczności transportu (mniejsze zanieczyszczenie, hałas czy bezpieczeństwo ładunku). W modelu *sharing logistic* występuje współdzielenie procesów przyjmowania zamówień, transportu, dostawy a także przechowywania, mogą one być współdzielone wspólnie w jednym łańcuchu czy sieci, jak i pojedynczo w ramach konkretnego zadania.

Zwiększanie wartości oraz elastyczności łańcuchów logistycznych ma w założeniu poprawić jakości obsługi klienta, co w późniejszym etapie prowadzi bezpośrednio do ingerencji w technologię procesu przewozu ładunku. W określonej liczbie przypadków rozwiązaniem pojawiających się problemów może być zastosowanie zamiast konwencjonalnych form (np. transportu drogowego), transportu intermodalnego, czyli takiego układu, w którym wykorzystuje się co najmniej dwie gałęzie transportu (zazwyczaj transport kolejowy na dłuższym głównym odcinku trasy oraz transport samochodowy jako transport odwozowo–dowozowy „z" i „do" terminalu przeładunkowego) oraz intermodalną jednostkę ładunkową (kontener, naczepę lub nadwozie wymienne) na całej trasie przewozu. Jest to sposób z założenia bardziej bezpieczny, pewny oraz mniej zanieczyszczający środowisko, niż konwencjonalne metody transportu wykorzystujące często transport samochodowy na całej trasie przewozu. Jednocześnie wykorzystanie transportu kolejowego na większości trasy przewozu jest w tym przypadku zarówno zaletą, jak i wadą. Wady ujawniają się w momencie próby wykorzystania tej metody transportu przez przedsiębiorstwa małe lub podmioty indywidualne, które nie są w stanie wykorzystać pełnej ładowności pociągu w relacji intermodalnej, co zwiększa między innymi koszt jednostkowy transportu. Kolejnym pojawiającym się problemem jest możliwość dostosowania się mniejszych podmiotów do wykonywania przewozów w technologii intermodalnej, która wymusza stosowanie określonych środków technicznych, na które małe podmioty często nie mogą sobie pozwolić z powodów finansowych. Problemy te rozwiązuje w pewnym zakresie zastosowanie pośrednika w postaci spedytora lub operatora logistycznego konsolidującego ładunki i dbającego o całkowite wykorzystanie przestrzeni ładunkowej oraz o dostarczenie odpowiednich środków transportu w danej technologii. Jednak i w tym przypadku koszt zwiększa się, tym razem przez opłaty związane z przeprowadzeniem całego procesu przez podmiot zewnętrzny. Takie rozwiązanie może być postrzegane jako *sharing logistic* czy koopetycja, gdyż konkurenci wykorzystują wspólne środki transportu, przeładunku lub przechowywania w celu osiągnięcia pewnych korzyści. Ze względu na obecność podmiotu zewnętrznego pośredniczącego w obsłudze procesów logistycznych, nie można jednak zakwalifikować takiego rozwiązania do nurtu ekonomii współdzielonej. Takie

[8] Wzrost efektywności rozumiany jako wzrost wydajności zarówno transportu, jak i pracy w punktach dostaw, a także obniżenie kosztów ogólnych obsługi i transportu dla pojedynczego podmiotu.

rozwiązania jednak mają uzasadnienie rynkowe[9] i są stosowane powszechnie na całym świecie. Przykładem takiej koncepcji, zastosowanej w Polsce, może być organizowanie całego procesu logistycznego przez grupę FM Logistics dla takich sieci jak Makro, Jysk czy Piotr i Paweł. W takim przypadku operator logistyczny stara się zapewnić jak najwyższą jakość usług, jednocześnie prowadząc ciągły rozwój technologiczny nieraz pośrednicząc w rozwiązywaniu problemów między kupcami a dostawcami[10].

Kolejne rozwiązanie problemu niedostatecznego wykorzystania przestrzeni ładunkowej lub magazynowej pojawiło się przy pomocy zastosowania założeń gospodarki współpracy oraz gospodarki dostępu (jako działów gospodarki współdzielenia) przez małe podmioty, które współpracując razem w formie koopetycji przejmują wspólnie zadania spedytora, dzieląc i minimalizując koszty procesu obsługi logistycznej ładunków. Dodatkowo przy większym wolumenie mogą współpracować z dużymi przewoźnikami, którzy udostępniają odpowiednie środki transportu (jak np. kontenery do wykorzystania w transporcie intermodalnym) na potrzebny okres ich zapotrzebowania (najczęściej w trakcie sezonu dostępności produktu np. warzyw czy owoców). Przykładem powyższego jest sytuacja, która pojawiła się w Hiszpanii czy Grecji (Bojar, Drelichowski, 2008), gdzie rolnicy dzięki funduszom Komisji Europejskiej rozbudowali struktury poziome i pionowe, by wykorzystując koopetycje konkurować z wielkimi dostawcami. Udało się dzięki temu rozwiązać problemy związane z przepływem informacji czy technologii, które w obecnym świecie stanowią jedną z głównych barier dla małych producentów w konkurowaniu z korporacjami. Współpraca oraz *know-how* i dofinansowania unijne doprowadziły również do tego, że wskazani wyżej rolnicy uzyskali odpowiednie certyfikaty ISO i HACCP, umożliwiające im dostęp do nowych rynków zbytu. Jednym z przykładów z zakresu koopetycji, głównie w zakresie rozwoju transportowego, jest kazus dotyczący transportu sałaty przez rolników z terenów hiszpańskiej Walencji i Murcji do centralnej Anglii[11]. Z czasem w ramach rozwoju technologicznego oraz globalizacji rynków okazało się, że system transportu konwencjonalnymi metodami, tzn. transportem samochodowym, ze względu na zwiększające się obłożenie dróg, opłaty, ceny benzyny itp. stawał się coraz droższy, a jednocześnie wydłużał się również czas transportu. W prostej zależności prowadziło to do zwiększania się ceny hiszpańskiej sałaty na rynku angielskim, co dalej skutkowało obniżeniem jej konkurencyjności. Rolnicy postanowili więc zastosować koopetycję w celu zmniejszenia cen i zwiększenia jakości towarów przez nich oferowanych. Wykorzystano istniejące połączenia kolejowe oraz zbudowano centrum konsolidacyjne. Rozpoczęto również współpracę ze Stobard Rail (firma ta zapewniła dużą elastyczność w wykorzystaniu kontenerów, dzięki czemu niepotrzebne było utrzymywanie ich poza sezonem). Jedynym mankamentem tego modelu, względem poprzedniej formy transportu, było zmniejszenie częstotliwości dostaw do jednej w tygodniu. Natomiast niewątpliwymi zaletami nowej metody było m.in. zmniejszenie czasu dostaw, zwiększenie ich terminowości, pojawienie się możliwości śledzenia ruchu kontenerów przez programy monitorujące oraz zmniejszenie ogólnej degradacji środowiska naturalnego (zmniejszenie emisji zanieczyszczeń, hałasu, mniejsze zużycie paliwa).

[9] Zbyteczność zarządzania systemem transportowym w zamian za rezygnację z części zysku w formacie *revenue share* lub konkretną opłatę przy outsourcingu pełnych lub części usług logistycznych.

[10] *Współpraca na linii dystrybucja–dostawcy. Ograniczanie strat w łańcuchu dostaw.* Pobrane z: https://www.portalspozywczy.pl/konferencje/93319.html (22.08.2019).

[11] Zob. www.igd.com.

Przykład rolników konsolidujących ładunki i współpracujących dla uzyskania najwyższej możliwej jakości może być wzorem również dla polskich rolników czy firm z sektora MSP, które dzięki zastosowaniu np. formy spółdzielni (w przypadku rolników) i współdzielenia zasobów technicznych lub współpracę w zakresie magazynowania oraz transportu, mogliby w określonych przypadkach zwiększyć indywidualne zyski. System oparty na modelu *sharing logistic* zwiększa przewagę konkurencyjną głównie mniejszych podmiotów, które to, współpracując między innymi w zakresie transportu dóbr, mogą korzystać z możliwości wcześniej dla nich niedostępnych, jak np. transport intermodalny. Jednocześnie ten model współpracy wielu podmiotów prowadzi do racjonalizacji pracy logistycznej, poprawy wydajności w punktach dostawy oraz obniżenia kosztów transportu i wpływu na środowisko w stosunku do modelu, w którym organizacja procesów logistycznych odbywa się przez każdy podmiot z osobna. Współdziałanie w modelu koopetacyjnym może obniżać koszty dostaw (np. dzięki poprawie współczynnika obciążenia pojazdów), zmniejszać ilość potrzebnych pojazdów dostawczych i usprawniać organizację procesu dystrybucji dóbr. Dzięki zastosowaniu intermodalnej jednostki ładunkowej zwiększa się również bezpieczeństwo ładunku. Wyżej wymienione elementy wpływają bezpośrednio na obniżenie kosztów poszczególnych podmiotów uczestniczących w koopetycji, co pozwala im obniżać koszty jednostkowe swoich produktów, zwiększając jednocześnie swoją konkurencyjność na rynku. Co istotne opisywany model pozwala małym przedsiębiorcom na dostęp do nowych rynków zbytu, do których wcześniej przy zastosowaniu własnych środków nie mieli dostępu.

PODSUMOWANIE

Koopetycja jest rozwiązaniem prawno-organizacyjnym skierowanym w głównej mierze do przedsiębiorstw z sektora MSP, które to dzięki kierowaniu się jej zasadami mogą stanowić konkurencję dla dużych przedsiębiorstw działających na zglobalizowanym rynku. Jednocześnie należy nadmienić, że powszechnym problemem rozwiązań wymagających współpracy konkurentów (jak koopetycja) jest brak rynkowych kompleksowych rozwiązań organizacyjnych, które zwiększałyby kooperację i zachęcały do współpracy w modelu oddolnym – społecznościowym. Takie rozwiązania mogłyby prowadzić do głębszego zrozumienia idei koopetycji oraz szerszego jej stosowania, co przynajmniej w zakresie transportu dzięki konsolidacji ładunków oraz zastosowaniu takich form transportu jak transport intermodalny, prowadziłoby do ogólnego zmniejszenia kosztów dla przedsiębiorstw biorących udział w koopetycji, a także do ogólnego zmniejszenia kongestii, hałasu czy zanieczyszczeń w poszczególnych regionach. W wielu przypadkach, oprócz powyższych, konsument również otrzymałby towar szybciej oraz w lepszym stanie (ze względu na przewagę bezpieczeństwa ładunku w transporcie intermodalnym względem konwencjonalnego drogowego), co oznaczałoby ogólną wyższą wartość towaru dla odbiorcy. Obecnie rolę organizatora procesów konsolidacji ładunków od wielu odbiorców pełni spedytor lub operator intermodalny, który robi to na zlecenie i w celu maksymalizacji swojego zysku. Natomiast działania prowadzone przez firmy transportowo-logistyczne (zainteresowane znalezieniem odbiorców na swoje usługi), samorządy regionów lub władze danego państwa, zmierzające do ukazania potencjalnych zysków ze współpracy konkurentów i zachęcania firm z sektora MSP oraz małych i średnich producentów dóbr do wzajemnej kooperacji w modelu koopetycyjnym

oraz przejęcia przez nie roli organizatora procesu logistycznego, mogłyby przynieść efekty ekonomicznie opłacalne dla każdej ze stron. Stosowanie założeń idei *sharing economy* może przyczynić się do zwiększania udziału transportu intermodalnego w ogóle przewozów. Wynika to bezpośrednio z możliwości współdzielenia przestrzeni ładunkowej przez gestorów ładunków, co następnie mogłoby pozwolić na przezwyciężenie barier rozwoju tego rodzaju transportu, jak przykładowo niewystarczająca (szczególnie w warunkach europejskich) masa ładunku zlecana do przewozu przez jednego załadowcę, co przekłada się na efektywność ekonomiczną, a także konkurencyjność transportu intermodalnego. Przykłady przedsiębiorstw współużytkujących pociągi intermodalne wykazują potencjał idei *sharing economy* w rozwoju tego rodzaju transportu w Europie nie tylko w kwestii obniżenia kosztów, lecz także poprawy jakości.

LITERATURA

Bojar, W., Drelichowski, L. (2008). Analysis Of Tendencies In Agribusiness Networking Coopetition In Poland And In The Partner Countries. *Journal of Cerntral European Agriculture*, *3*, 445–456.

Felson, M., Spaeth, J.L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach. *American Behavioral Scientist*, *4* (21), 614–624.

Gesing, B. (2017). *Sharing Economy Logistics: Rethinking Logistics With Access Over Ownership*. DHL Trend Report: Sharing Economy, maj 2017.

Golonka, M. (2012). Konwergencja, konsolidacja, koopetycja – jak zmienia się branża technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT). *Przegląd Organizacji*, *3*, 33–36.

igd.com (26.07.2019).

Jaźwiński, J., Kiernożycka-Sobejko, A. (2006). Kooperacja i konkurencja w rozwoju społeczno-ekonomicznym w aspekcie międzynarodowej współpracy regionów. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, *8*, 609–620.

Marciszewska, E. (2014). Relacje kooperencyjne w transporcie lotniczym – od aliansów do fuzji i przejęć. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, *135*, 139–154.

Rzeczycki, A. (2011). Partnerstwo czy dominacja – *władza gospodarcza w praktyce tworzenia łańcuchów dostaw*. *Problemy Transportu i Logistyki*, *14* (644), 175–183.

Rześny-Cieplińska, J. (2010). Klastry sieciowe w transporcie jako strategia budowania konkurencyjności przewoźników drogowych. *Problemy Transportu i Logistyki*, *12*, 221–229.

Sztokfisz, B. (2017). Gospodarka współdzielenia – pojęcie, źródła, potencjał. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, *6* (966), 89–103.

Tomaszewski, M. (2013). Wybrane determinanty koopetycji przedsiębiorstw przemysłowych z Polski zachodniej w latach 2009–2011. W: B. Polszakiewicz, J. Boehlke (red.), *Ekonomia i prawo*. T. XII (s. 475–488). Toruń: Uniwersytet Mikołaja Kopernika.

Tundys, B. (2011). Koopetycja jako źródło przewagi konkurencyjnej łańcuchów dostaw. *Logistyka*, *2*, 579–588.

Współpraca na linii dystrybucja–dostawcy. Ograniczanie strat w łańcuchu dostaw. Pobrane z: https://www.portalspozywczy.pl/konferencje/93319.html (22.08.2019).

Ziobrowska, J. (2017). Sharing economy jako nowy trend konsumencki. W: U. Kalina-Prasznic (red.), *Własność w Prawie i Gospodarce* (s. 261–269). Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego.

Ziobrowska, J. *Gospodarka współdzielenia: wady i zalety*. Pobrane z: https://prostaekonomia.pl/gospodarka-wspoldzielenia-wady-i-zalety (30.05.2019).

Cooperation of competitors as an element of construction of intermodal transport chains

SUMMARY

The article discusses the application of the idea of sharing logistics resources in transport chains using intermodal transport. Attention was focused on the impact of competitors cooperation on the possibility of increasing the share of intermodal transport of cargo transports. By presenting the existing cases of the above-mentioned cooperation, the author shows the possibilities of applying the concept of 'sharing economy' on the market of intermodal transport services and thereby increasing its share in overall transport. The article also sets up the conditions (inter alia organizational) that must be met to create, or increase cooperation in transport chains. The author states that the coopetition of small and medium-sized enterprises increases their competitive potential in the global market. At the same time, when coopetition is used to change the mode of transport to intermodal transport, in addition to qualitative and economic benefits, there are also wide range of environmental benefits. The author also states that there is a need to create programs supporting and promoting coopetition in specific areas.

KEYWORDS

intermodal transport, cooperation, coopetition, logistics chains, sharing economy, sharing logistics

Translated by Damian Bonk

PTiL 3/2019 (47) | ISSN: 1644-275X | www.wnus.edu.pl/ptil | DOI: 10.18276/ptl.2019.47-03 | 25–37

WSPÓŁDZIELENIE KOSZTÓW USŁUG NIEMATERIALNYCH W SPÓŁKACH POWIĄZANYCH – OGRANICZENIA PODATKOWE

DATA PRZESŁANIA: 15.08.2019, DATA AKCEPTACJI: 31.08.2019, KODY JEL: D23, H32, K34

Katarzyna Goyke

ORCID: 0000-0002-8546-6410
Uniwersytet Szczeciński
e-mail: katarzyna.goyke@gmail.com

STRESZCZENIE

1 stycznia 2018 roku w ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych wprowadzono zapis ograniczający możliwość zaliczenia w poczet kosztów podatkowych wydatków na niektóre usługi niematerialne ponoszone na rzecz podmiotów powiązanych. W konsekwencji, spółki powiązane nie mogą pomniejszyć dochodu podatkowego o niektóre poniesione koszty i tym samym płacą wyższy podatek dochodowy. Celem artykułu jest omówienie podatkowego ograniczenia w postaci limitowania kosztów usług niematerialnych ponoszonych na rzecz podmiotów powiązanych, przedstawienie przyczyn i skutków wprowadzenia tej regulacji oraz stworzenie rekomendacji dla podmiotów powiązanych, których to ograniczenie dotyczy. Posłużono się metodą analizy przepisów i interpretacji podatkowych oraz publikacji dotyczących omawianego zagadnienia, a także wykorzystano doświadczenie zawodowe autorki. We wnioskach końcowych ujęto przykłady działań zalecanych w obliczu badanego problemu, m.in. analizę umów obowiązujących pomiędzy podmiotami powiązanymi oraz nabywanie usług niematerialnych od podmiotów niepowiązanych.

SŁOWA KLUCZOWE

podatek dochodowy od osób prawnych (CIT), koszty podatkowe, podmioty powiązane, usługi niematerialne

WPROWADZENIE

Od lat na rynku obserwuje się tendencję wśród dużych przedsiębiorstw do dokonywania fuzji i przejęć, czego skutkiem jest powstanie np. holdingu lub grupy kapitałowej. Celem tego typu działań jest przede wszystkim umocnienie pozycji przedsiębiorstwa na rynku dzięki efektom synergii definiowanej jako dodatkowa wartość uzyskiwana podczas współpracy dwóch lub więcej podmiotów (Mesjasz, Szarucki, 2017, s. 72). Przedsiębiorstwa funkcjonujące w ramach grupy (podmioty powiązane) dzielą się m.in. doświadczeniami, *know-how*, zasobami ludzkimi, bazą klientów

oraz niejednokrotnie kosztami ponoszonymi na rzecz całej grupy. Przedsiębiorstwa z branży transportowej i logistycznej także funkcjonują w strukturach grup kapitałowych. Jako przykłady wymienić można: Grupę Kapitałową OT Logistics będącą jednym z największych operatorów portowych w Polsce[1], Grupę Trans Polonia specjalizującą się w transporcie towarów płynnych[2], AsstrA-Associated Traffic AG – międzynarodową grupę kapitałową z branży transportowo-logistycznej[3] czy Lufthansa Group – znaną na całym świecie firmę oferującą transport lotniczy[4].

Od 1 stycznia 2018 roku zaczęła obowiązywać znowelizowana ustawa o podatku dochodowym od osób prawnych (dalej: ustawa o CIT). Jedną z najbardziej dotkliwych dla podatników zmian było wprowadzenie przepisu nakazującego limitowanie kosztów niektórych usług niematerialnych ponoszonych na rzecz podmiotów powiązanych. Art. 15e ustawy o CIT, który szczegółowo reguluje wspomniane ograniczenie, spowodował, że koszty uzyskania przychodu dotyczące wymienionych w tym artykule usług (m.in. usługi doradcze, reklamowe, badania rynku, przetwarzania danych, zarządzania i kontroli), jeśli są ponoszone na rzecz podmiotu powiązanego, nie mogą stanowić kosztu podatkowego ponad kwotę 3 mln złotych + 5% podatkowej wartości EBITDA (w dalszej części publikacji wyjaśniono i szerzej omówiono ten złożony przepis prawny).

Niniejszy artykuł ma charakter teoretyczno-praktyczny – dokonano przeglądu aktualnej literatury przedmiotu, przytoczono najważniejsze treści aktów prawnych dotyczących omawianego problemu oraz zaprezentowano mechanizm ich zastosowania na schematach i przykładzie. Celem publikacji jest omówienie podatkowego ograniczenia w postaci limitowania kosztów usług niematerialnych ponoszonych na rzecz podmiotów powiązanych, z uwzględnieniem interpretacji podatkowych wydanych w tym zakresie przez dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej, przedstawienie przyczyn i skutków wprowadzenia tej regulacji oraz stworzenie rekomendacji dla podmiotów powiązanych, których to ograniczenie dotyczy.

W pierwszej części artykułu przedstawiono definicyjne ujęcie kosztów podatkowych. Drugą część stanowi omówienie zagadnienia podmiotów powiązanych oraz współdzielenia kosztów. W trzeciej części przeanalizowano aktualnie obowiązujące przepisy podatkowe dotyczące limitowania kosztów usług niematerialnych z uwzględnieniem wydanych interpretacji podatkowych. W kolejnej części artykułu ujęto przyczyny i skutki wprowadzenia przepisów w zakresie limitowania kosztów usług niematerialnych ponoszonych na rzecz podmiotów powiązanych. Na koniec dokonano podsumowania, w którym sformułowano rekomendacje dla podmiotów powiązanych pozwalające zminimalizować skutki limitowania kosztów usług niematerialnych.

KOSZTY PODATKOWE

Koszty podatkowe, to obok przychodów podatkowych, najważniejsza kategoria w podatku dochodowym od osób prawnych (*Corporate Income Tax*, w skrócie CIT). Poprzez pomniejszenie przychodu podatkowego o poniesione koszty podatkowe powstaje dochód, czyli przedmiot

[1] https://poltrans.de/grupa-kapitalowa-ot-logistics (30.01.2020).
[2] https://www.transpolonia.pl/o-nas/profil-gk-trans-polonia (30.01.2020).
[3] https://asstra.com (30.01.2020).
[4] https://www.lufthansagroup.com/en/home.html (30.01.2020).

opodatkowania podatkiem CIT. Od wysokości osiągniętych przychodów i poniesionych kosztów zależy wysokość zobowiązania podatkowego podatnika.

Definicja kosztu w ujęciu podatkowym nie jest tożsama co w ujęciu rachunkowym (bilansowym), gdyż koszty uzyskania przychodów to koszty księgowe, które zostały faktycznie poniesione, a ich celem było osiągnięcie przychodów czy też zabezpieczenie albo zachowanie źródła przychodów. Dodatkowo należy wziąć pod uwagę wyłączenia opisane w art. 16 ust. 1 ustawy o CIT. Te szczegółowe uwarunkowania powodują, że kategoria kosztów podatkowych jest węższa niż kosztów w ujęciu księgowym (Poszwa, 2018, s. 317).

Ustawodawca zawarł pojęcie kosztu podatkowego, nazywanego kosztem uzyskania przychodu, w art. 15 ust. 1 ustawy o CIT:

> Kosztami uzyskania przychodów są koszty poniesione w celu osiągnięcia przychodów ze źródła przychodów lub w celu zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów, z wyjątkiem kosztów wymienionych w art. 16 ust. 1. Koszty poniesione w walutach obcych przelicza się na złote według kursu średniego ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski z ostatniego dnia roboczego poprzedzającego dzień poniesienia kosztu.

Od 1 stycznia 2018 r. w ustawie o CIT wprowadzono podział na przychody (dochody) z zysków kapitałowych oraz przychody (dochody) z innych, pozostałych źródeł, stąd w definicji sformułowanie „ze źródła przychodów". Zatem odrębnie należy obliczać dochód z zysków kapitałowych i przyporządkowywać mu odpowiednie koszty oraz osobno dochód z pozostałych źródeł (nazywany w praktyce „z działalności operacyjnej"), któremu również należy przypisać poniesione koszty. Art. 16 ust. 1 ustawy o CIT, który jest przywołany w definicji kosztu podatkowego to katalog kosztów, które nie mogą stanowić kosztu podatkowego z mocy ustawy. To m.in. wyłączenia tam zawarte powodują, że nie wszystkie koszty bilansowe (inaczej rachunkowe, księgowe) są kosztami podatkowymi.

Przedsiębiorstwom zależy na ujmowaniu kosztów, ponieważ dzięki nim zmniejszają podatek do zapłaty (Witczak, 2017, s. 369). Koszty podatkowe są także nieodłącznym elementem strategii optymalizacji podatkowych przedsiębiorstwa, które pozwalają na obniżenie obciążeń podatkowych (Safonova, Kalinina, Vasilieva, Bershitskiy, Kiselevich, 2016, s. 1554). Optymalizacja podatkowa jest definiowana jako wszelkie zgodne z prawem działania zmierzające do zmniejszenia wysokości podatków do zapłaty (Krifa-Schneider, Sattar, 2017, s. 214). W przypadku, gdy stosowane mechanizmy podatkowe wykorzystują luki w prawie lub dwuznaczność przepisów oraz przejawiają zasadę, że „wszystko, co nie jest zabronione jest dozwolone", optymalizację określa się mianem agresywnej (Kutera, 2017, s. 88). Przeciwdziałanie tym ostatnim jest jednym z aktualnych celów Ministerstwa Finansów.

Pomniejszające dochód podatkowy (i tym samym podatek do zapłaty) koszty podatkowe są więc obiektem zainteresowań nie tylko podatników, ale także Urzędów Skarbowych, które uczestniczą w procesie poboru podatków i ostatecznie – rządzących ustanawiających prawo podatkowe. Ci ostatni, w celu uszczelnienia systemu podatkowego i tym samym pozyskania środków do budżetu państwa, co roku wprowadzają liczne zmiany w przepisach podatkowych (nie tylko odnośnie do podatku dochodowego, ale i innych, np. VAT, akcyza), które przeważnie skutkują dla podatników koniecznością zapłaty wyższych podatków.

PODMIOTY POWIĄZANE I WSPÓŁDZIELENIE KOSZTÓW

Od lat 70. XX wieku obserwuje się globalny trend wzrostu powiązań pomiędzy spółkami (Gierusz, Martyniuk, 2016, s. 79). Fuzje czy przejęcia w obecnych czasach stały się normą. W Polsce grupy kapitałowe zaczęły się tworzyć w latach 90. XX wieku (Szewc-Rogalska, 2006, s. 653). W literaturze można spotkać wiele definicji grup kapitałowych i podmiotów powiązanych. Jedna z nich określa mianem grupy kapitałowej jednostkę dominującą z jej wszystkimi podległymi pomiotami, określonymi jako jednostki zależne. Jednostkami powiązanymi są zaś wszystkie podmioty w tej konfiguracji, czyli jednostka dominująca i wszystkie podmioty zależne, współzależne i stowarzyszone (Toborek-Mazur, 2010, s. 20). Inne wyjaśnienie pojęcia grupy kapitałowej koncentruje się na odrębności prawnej podmiotów wchodzących w jej skład oraz wspólnych celach gospodarczych, do których podmioty te wspólnie będą dążyć (Sikacz, 2011, s. 19). Jeszcze inna definicja, podobnie jak poprzednia, podkreśla samodzielność podmiotów gospodarczych wchodzących w skład grupy, z których każdy realizuje własne cele, a powiązania między nimi mają charakter kapitałowy, finansowy, kontraktowy, czy też personalny (Aluchna, 2013, s. 159). Dużo bardziej szczegółowa charakterystyka podmiotów powiązanych znajduje się w ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych. Zgodnie z nią za podmioty powiązane uważa się (Ustawa, 1992, art. 11a ust. 1 pkt. 4):

1) Podmioty, z których jeden podmiot wywiera znaczący wpływ na co najmniej jeden inny podmiot, lub
2) Podmioty na które wywiera znaczący wpływ:
   - ten sam lub inny podmiot lub
   - małżonek, krewny lub powinowaty do drugiego stopnia osoby fizycznej wywierającej znaczący wpływ na co najmniej jeden podmiot, lub
3) Spółkę niemająca osobowości prawnej i jej wspólników, lub
4) Podatnika i jego zagraniczny zakład, a w przypadku podatkowej grupy kapitałowej – spółkę kapitałową wchodzącą w jej skład i jej zagraniczny zakład.

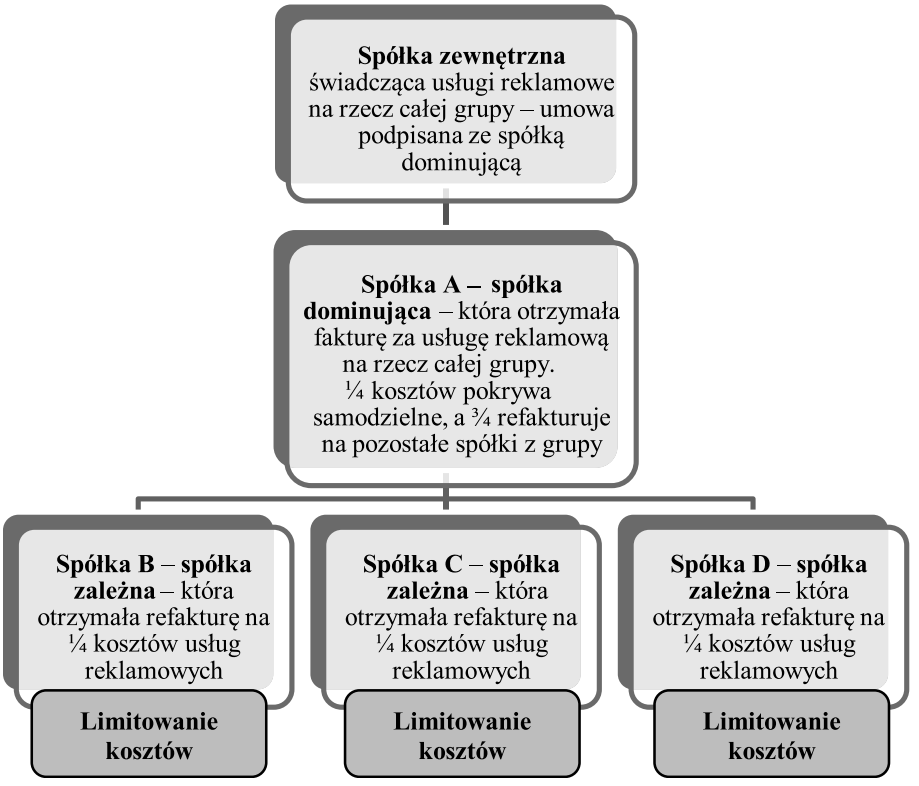
Przez znaczący wpływ ustawodawca rozumie posiadanie nie mniej niż 25% udziałów w kapitale podmiotu lub nie mniej niż 25% praw głosu w organach kontrolnych i zarządzających albo nie mniej niż 25% praw do udziału w zyskach. Kolejną sytuacją, którą w ustawie o CIT określono jako wywierającą znaczący wpływ jest przypadek, w którym osoba fizyczna może oddziaływać na kluczowe decyzje danego podmiotu. Jeszcze innym przypadkiem, również skutkującym powstaniem powiązania pomiędzy podmiotami jest pokrewieństwo lub powinowactwo (do drugiego stopnia) oraz istnienie związku małżeńskiego pomiędzy osobami mającymi wpływ na decyzje podejmowane w dwóch podmiotach (Gierusz, Martyniuk, 2016, s. 82–83). Tak szeroki katalog powiązań wymieniony w ustawie o CIT jest wynikiem działań państwa, które mają na celu zapobieganie agresywnym optymalizacjom podatkowym i w konsekwencji uszczelnienie systemu podatkowego.

Mimo tak restrykcyjnych przepisów podatkowych grupy kapitałowe nadal funkcjonują i wciąż są tworzone nowe. Podmioty niemalże w każdej branży (w tym także i transportowo-logistycznej) łączą się w grupy z różnych przyczyn, najczęściej wymieniane powody, to (Sikacz, 2011, s. 54–55):

- osiągnięcie efektu skali i synergii,

- koncentracja działalności na kluczowych umiejętnościach, by w ten sposób ograniczyć ryzyko oraz koszty,
- optymalizacja łącznego wyniku działalności gospodarczej,
- zwiększenie stopy zwrotu z inwestycji.

Współdzielenie kosztów w grupie wynika przede wszystkim z korzystania przez spółki z efektu skali. Zamówienie dokonane przez jedną ze spółek na rzecz całej grupy jest zdecydowanie większe, aniżeli gdyby spółki dokonywały nabycia pojedynczo – w takiej sytuacji niektórzy kontrahenci dopuszczają możliwość negocjacji ceny albo sami przyznają rabat z racji wielkości zakupu. Jest to dużo korzystniejsze dla grupy z ekonomicznego punktu widzenia. Spółka, która dokonała zakupu dzieli następnie koszty na pozostałe spółki z grupy (refakturuje koszty wg ustalonego klucza podziałowego) (rys. 1).



Rysunek 1. Przykład współdzielenia kosztów reklamy w grupie kapitałowej
Źródło: opracowanie własne.

Obowiązujące od 1 stycznia 2018 roku znowelizowane przepisy ustawy o CIT spowodowały, że w spółkach B, C, D (rys. 1) może wystąpić konieczność wyłączenia kosztów reklamy z kosztów uzyskania przychodu, mimo ich związku z osiąganymi przychodami. Szczegółowe omówienie tej regulacji w dalszej części artykułu.

LIMITOWANIE KOSZTÓW USŁUG NIEMATERIALNYCH W SPÓŁKACH POWIĄZANYCH – PODSTAWA PRAWNA I PRZYKŁADY

Ograniczenie w ujmowaniu kosztów niektórych usług niematerialnych jako koszty podatkowe zostało zawarte w art. 15e Ustawy o CIT. Ten obszerny przepis prawny zawiera informację o tym, które koszty podlegają limitowaniu, jakich podmiotów dotyczy oraz jak obliczyć limit, do którego ujmowanie kosztów w rachunku podatkowym jest dozwolone. Po pierwsze ustawodawca wymienia katalog kosztów usług, które podatnik zobowiązany jest wyłączyć z kosztów podatkowych (po spełnieniu określonych warunków), a są to usługi (Ustawa, 1992, art. 15e ust. 1):

1) doradcze;
2) zarządzania i kontroli;
3) reklamy;
4) badania rynku;
5) przetwarzania danych;
6) ubezpieczeń;
7) gwarancji i poręczeń
8) oraz koszty świadczeń o podobnym charakterze do wymienionych w punktach 1–7, a także:
9) różnego rodzaju opłaty i należności za korzystanie lub prawo do korzystania z praw majątkowych – autorskich lub im pokrewnych, licencji, praw określonych w ustawie Prawo własności przemysłowej, *know-how*, oraz
10) koszty przeniesienia ryzyka niewypłacalności dłużnika wierzytelności z tytułu pożyczek, innych niż udzielonych przez banki i spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe, w tym w ramach umów dotyczących pochodnych instrumentów finansowych oraz świadczeń o podobnym charakterze.

Jeżeli podatnik poniesie koszty na usługi lub opłaty wymienione w pkt. 1–9 bezpośrednio lub pośrednio na rzecz podmiotów powiązanych albo podmiotów mających swoją siedzibę lub zarząd na terenie tzw. raju podatkowego[5], wówczas powinien wyłączyć z kosztów podatkowych kwotę wskazanych kosztów usług niematerialnych, po przekroczeniu wskazanego w ustawie limitu. Limit ten to 5% podatkowej wartości EBITDA[6], którą oblicza się jako różnicę przychodów ze wszystkich źródeł (pomniejszonych o przychody z tytułu odsetek) i kosztów uzyskania przychodów (pomniejszonych o koszty amortyzacji podatkowej i koszty odsetek) (Ustawa, 1992, art. 15e ust. 1). Za pomocą wzoru, EBITDA można zapisać następująco:

$$\mathbf{EBITDA = (Pp - Po) - (Kup - Ka - Ko)}$$

gdzie:
Pp – suma wszystkich przychodów podatkowych,
Po – przychody z tytułu odsetek,
Kup – suma wszystkich kosztów uzyskania przychodu,

[5] Kraj (lub terytorium) stosujący szkodliwą konkurencję podatkową, umieszczony na liście opublikowanej w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 28.03.2019 r.

[6] *Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization* – zysk operacyjny przed potrąceniem odsetek, podatków i amortyzacji.

Ka – koszty amortyzacji podatkowej,
Ko – poniesione koszty odsetek.

Podsumowując treść art. 15e ust. 1 – koszty wskazanych usług niematerialnych poniesione bezpośrednio lub pośrednio na rzecz podmiotów powiązanych lub podmiotów mających siedzibę w rajach podatkowych podlegają wyłączeniu z kosztów uzyskania przychodu po przekroczeniu limitu, wynoszącego w roku podatkowym 5% EBITDA.

Jednakże istnieje jeszcze „kwota wolna od limitowania" w wysokości 3 mln złotych na dany rok podatkowy (Grzybowski, 2018, s. 39), co powoduje, że w rzeczywistości wyłączeniu z kosztów podatkowych podlegać będzie nadwyżka kosztów usług niematerialnych poniesionych na rzecz podmiotów powiązanych (lub podmiotów mających siedzibę w rajach podatkowych) ponad kwotę 3 mln zł powiększoną o 5% EBITDA podatnika.

Koszty usług niematerialnych niestanowiące kosztów podatkowych = Koszty usług niematerialnych (z art. 15e Ustawy o CIT) – (3 mln + 5% EBITDA)

Praktyczne zastosowanie tej regulacji zaprezentowano poniżej.

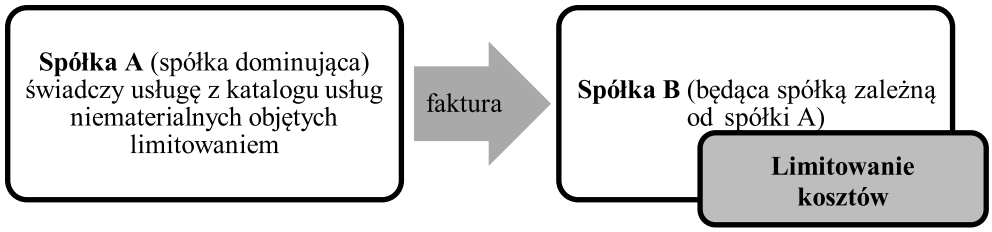
PRZYKŁAD

Spółka A w roku podatkowym poniosła 10 mln zł kosztów usług niematerialnych na rzecz powiązanych ze sobą spółek B, C i D. EBITDA spółki A wyniosła 100 mln zł. Jaka część kosztów usług niematerialnych w spółce A będzie wyłączona z kosztów uzyskania przychodu, a jaka będzie mogła stanowić koszty podatkowe?

- **koszty usług niematerialnych niestanowiące kosztów podatkowych** = koszty usług niematerialnych (z art. 15e Ustawy o CIT) – (3 mln + 5% EBITDA),
- **koszty usług niematerialnych niestanowiące kosztów podatkowych w przypadku analizowanego przykładu** = 10 mln – (3 mln + 5% x 100 mln) = 10 mln – (3 mln + 5 mln) = **2 mln**,
- **koszty podatkowe**: 10 mln – 2 mln = **8 mln**.

Jak wynika z przedstawionego przykładu, z 10 mln poniesionych kosztów usług niematerialnych na rzecz spółek powiązanych, 8 mln mogłoby stanowić koszt podatkowy, a 2 mln należałoby wyłączyć z kosztów uzyskania przychodu. Dla spółki A oznaczałoby to o 380 tys. zł więcej podatku do zapłaty (19% podatku CIT z 2 mln zł).

Sytuacje bezpośredniego i pośredniego ponoszenia kosztów na rzecz podmiotu powiązanego, w których należy limitować koszty usług niematerialnych, przedstawiono na schematach (rys. 2, 3 i 4).

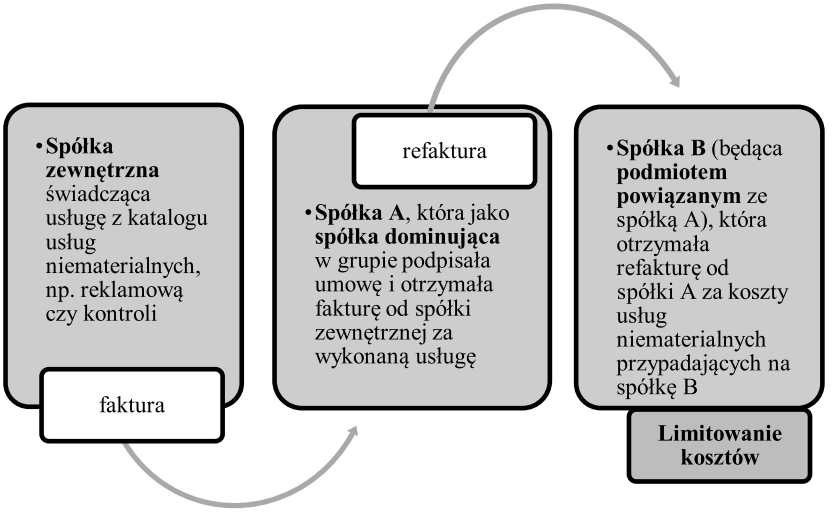


Rysunek 2. Przykład ponoszenia kosztu bezpośrednio na rzecz spółki powiązanej

Źródło: opracowanie własne na podstawie art. 15e ust. 1 Ustawy z dnia 12 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t.j. Dz.U. 2019 poz. 865).

Ponoszenie kosztów bezpośrednio na rzecz podmiotu powiązanego (rys. 2) nie powinno budzić wątpliwości. W takim przypadku występują dwa podmioty powiązane, z których jeden świadczy drugiemu usługę wymienioną w art. 15e ustawy o CIT. W spółce nabywającej tego rodzaju usługę, koszt ten podlega regulacjom dotyczącym limitowania.

Bardziej skomplikowana sytuacja (aczkolwiek przez organy skarbowe również określana jako bezpośrednie ponoszenie kosztów na rzecz podmiotu powiązanego, np. Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej nr 0111-KDIB1-3.4010.436.2018.1.JKT oraz nr 0114-KDIP2-2.4010.455.2018.1.AG) dotyczy przypadku, w którym występują trzy podmioty: pierwszy z nich podmiot zewnętrzny (spoza grupy) świadczący usługę niematerialną wymienioną w art. 15e ustawy o CIT, drugi podmiot – spółka z grupy nabywająca usługę od podmiotu zewnętrznego i następnie refakturująca część kosztów na inną spółkę z grupy, która jest w tym łańcuchu trzecim ogniwem (rys. 3).



Rysunek 3. Przykład ponoszenia kosztu bezpośrednio na rzecz spółki powiązanej – refakturowanie kosztów

Źródło: opracowanie własne na podstawie art. 15e ust. 1 Ustawy z dnia 12 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t.j. Dz.U. 2019 poz. 865) oraz interpretacji indywidualnej Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej nr 0114-KDIP2-2.4010.404.2018.2.AM z dnia 26 października 2018 r.

Sytuacja przedstawiona na rys. 3 była przedmiotem niejednej interpretacji podatkowej w 2018 roku. Podatnicy wyjaśniali fiskusowi, że usługa wymieniona w art. 15e ustawy o CIT była świadczona przez podmiot niepowiązany, a podmiot powiązany jedynie refakturował koszty tej usługi na inne podmioty z grupy (miało miejsce współdzielenie kosztów usług pomiędzy spółkami w grupie). Dodatkowo wskazywano na art. 15e ust. 11 ustawy o CIT, w którym wymieniono przypadki pozwalające na niestosowanie przepisów o limitowaniu kosztów. Jednym z nich jest refakturowanie kosztów usług. Organ podatkowy nie podzielał zdania pytających i wydawał w tym zakresie negatywne odpowiedzi, nakazując limitowanie kosztów w spółce powiązanej otrzymującej refakturę od podmiotu powiązanego. Tłumaczył, że zwolnienie z limitowania refakturowanych kosztów dotyczy spółki z grupy, która nabywa usługę od podmiotu zewnętrznego i refakturuje koszty dalej na podmioty powiązane.

Trzecią sytuacją, w której należy zastosować przepisy z art. 15e ustawy o CIT jest pośrednie ponoszenie kosztów usług niematerialnych na rzecz podmiotów powiązanych (rys. 4).

Rysunek 4. Przykład ponoszenia kosztu pośrednio na rzecz spółki powiązanej

Źródło: opracowanie własne na podstawie art. 15e ust. 10 Ustawy z dnia 12 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t.j. Dz.U. 2019 poz. 865).

Ustawodawca w art. 15e ust. 10 ustawy o CIT wskazuje, iż pośredniość ponoszenia kosztów dotyczy transakcji, w której pośrednikiem jest podmiot niepowiązany (rys. 4). Tym samym uprzedził działania podatników chcących przerwać łańcuch powiązań poprzez wprowadzenie podmiotu trzeciego (spoza grupy) pomiędzy transakcję dwóch podmiotów powiązanych. Ostatecznie, w przypadku gdy spółka powiązana ponosi koszt z tytułu usług niematerialnych wymienionych w art. 15e ustawy o CIT na rzecz podmiotu spoza grupy, ale ostatecznym nabywcą tej należności jest podmiot powiązany, to spółka z grupy ponosząca koszt powinna go ująć jako podlegający limitowaniu.

PRZYCZYNY I SKUTKI WEJŚCIA W ŻYCIE ART. 15E USTAWY O CIT

Mniejsze koszty uzyskania przychodu oznaczają dla podatnika wyższy podatek do zapłaty (pod warunkiem, że nie osiąga on straty podatkowej), stąd wprowadzenie art. 15e w ustawie o CIT nie było pozytywnie odebrane przez podatników. Rząd w uzasadnieniu do nowelizacji ustawy o CIT, w kontekście limitowania kosztów usług niematerialnych, za przyczynę wprowadzenia tej regulacji wskazywał (Rządowy projekt ustawy z dnia 4.10.2017, s. 29):

- brak powiązania usług niematerialnych z realnie istniejącą substancją, co powoduje, iż są one idealnym narzędziem do sztucznego, nieuzasadnionego ekonomicznie, generowania kosztów uzyskania przychodów, które zmniejszają podatek do zapłaty,
- czysto formalny charakter ich przenoszenia do innych podmiotów,
- trudności z ustaleniem obiektywnej, rynkowej wartości praw autorskich i praw im pokrewnych oraz cen usług doradczych, zarządzania i kontroli, itp.,
- przenoszenie na polskie spółki przez zagraniczne podmioty wchodzące w skład grupy części ponoszonych przez grupę wydatków na usługi niematerialne, w nieadekwatnej, zawyżonej wysokości.

Konkludując, główną przesłanką wprowadzenia przez władze rządzące ograniczenia w ujmowaniu kosztów usług niematerialnych do kosztów podatkowych jest zapobieganie agresywnej optymalizacji podatkowej, co ma spowodować uszczelnienie polskiego systemu podatkowego.

Skutkami wprowadzenia przepisów dotyczących limitowania kosztów usług niematerialnych w podmiotach powiązanych są przede wszystkim:

- konieczność prowadzenia dodatkowej ewidencji dotyczącej kosztów usług niematerialnych,
- wątpliwości interpretacyjne dotyczące katalogu usług niematerialnych podlegających limitowaniu,
- dodatkowe ryzyko podatkowe w podmiotach powiązanych,
- wyższy podatek dochodowy do zapłaty (po przekroczeniu limitu),
- większe różnice pomiędzy wynikiem bilansowym a podatkowym.

Proces identyfikacji i wyodrębnienia kosztów, które objęte są regulacją art. 15e ustawy o CIT bez wątpienia wymaga dodatkowego czasu poświęconego przez pracowników działów księgowo-podatkowych. Kolejnym nowym obowiązkiem jest ustalanie podatkowej wartości EBITDA. Często też w systemach finansowo-księgowych trzeba wprowadzić zmiany, które pozwolą te procesy usprawnić. Wiąże się to z dodatkowymi kosztami dla przedsiębiorstwa, ponieważ zarówno za: szkolenie pracowników w zakresie nowych przepisów, ich nadgodziny czy też dodatkowy etat oraz zmiany w programach księgowych trzeba zapłacić.

Otwarty katalog usług oraz brak ustawowych definicji usług reklamy, zarządzania i kontroli, doradczych itd. wskazanych w art. 15e ustawy o CIT powoduje, że mimo objaśnień podatkowych wydanych przez Ministerstwo Finansów w dniu 24 kwietnia 2018 roku, nadal regulacja ta przysparza podatnikom wiele wątpliwości. Świadczyć o tym może liczba wydanych interpretacji indywidualnych dotyczących art. 15e ustawy o CIT, których przez 1,5 roku obowiązywania tego przepisu było około 900 (Jagiełło, 2019).

Ten jakże obszerny w swej treści przepis wprowadza w podmiotach powiązanych dodatkowe ryzyko podatkowe. Jednostki powiązane muszą identyfikować nie tylko bezpośrednie transakcje, ale również analizować czy nie występują przypadki pośredniego ponoszenia kosztów usług

niematerialnych na rzecz podmiotów powiązanych. Odpowiednia kwalifikacja kosztów oraz obliczenie podatkowego wyniku EBITDA (a co za tym idzie wyliczenie kwoty podatku do zapłaty w prawidłowej wysokości), to kolejne obszary, które Urząd Skarbowy może kontrolować.

W przypadku, gdy koszty usług niematerialnych poniesione na rzecz podmiotów powiązanych przekroczą kwotę zwolnioną z limitowania, (t.j. 3 mln zł powiększone o 5% podatkowej wartości EBITDA), koniecznym jest wyłączenie z kosztów podatkowych tej nadwyżki. Wiąże się to z wyższym dochodem do opodatkowania, ponieważ nie można ująć wszystkich kosztów usług niematerialnych w kosztach uzyskania przychodu. Konsekwencją tego jest wyższe zobowiązanie podatnika z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych. Tym samym wzrasta też efektywna stopa opodatkowania danego podmiotu gospodarczego oraz zmniejsza się zysk netto przedsiębiorstwa (po opłaceniu podatku).

Ograniczenie w ujmowaniu kosztów w rachunku podatkowym powoduje także zwiększenie różnicy pomiędzy wynikiem bilansowym a podatkowym, co należy wyjaśnić w informacji dodatkowej w sprawozdaniu finansowym jednostki gospodarczej. Może to powodować również problemy w ocenie kondycji danego przedsiębiorstwa przez inwestorów nieznających się biegle na przepisach rachunkowych i podatkowych.

PODSUMOWANIE

Refakturowanie kosztów pomiędzy podmiotami z grupy kapitałowej jest zjawiskiem często spotykanym. Współdzielenie kosztów reklamy, marketingu czy usług doradczych przy realizacji wspólnych celów, dążeniu do umocnienia pozycji grupy na rynku, wydaje się być oczywiste i wcale nie musi stanowić o stosowaniu agresywnej optymalizacji podatkowej, lecz o ekonomicznie racjonalnym działaniu. Wprowadzony 1 stycznia 2018 roku art. 15e ustawy o CIT nałożył na podatników funkcjonujących w strukturach grup kapitałowych wiele nowych obowiązków. Skomplikował i tak niełatwe już przepisy podatkowe.

Rekomendacją dla podmiotów powiązanych w kontekście zminimalizowania ryzyka podatkowego związanego z limitowaniem kosztów usług niematerialnych jest przede wszystkim analiza obowiązujących w grupie kapitałowej umów dotyczących świadczenia usług niematerialnych i współdzielenia kosztów. Jeżeli jest to możliwe, to w przypadku nabywania usług niematerialnych od podmiotów zewnętrznych przez spółkę z grupy, która następnie refakturuje koszty na drugi podmiot z grupy, należałoby pominąć etap refakturowania i doprowadzić do sytuacji, w której każda ze spółek będzie nabywała usługi bezpośrednio od podmiotu spoza grupy. Wówczas nie byłaby spełniona podstawowa przesłanka art. 15e ustawy o CIT, czyli wystąpienie powiązania między podmiotami – nie byłoby zatem podstawy do limitowania kosztów. Ceny usług niematerialnych mogą okazać się wtedy wyższe (nie będzie już efektu skali), ale być może będzie to korzystniejsze finansowo niż stosowanie limitu, którego efektem jest wyższy podatek dochodowy. Podobne rozwiązanie można przyjąć w odniesieniu do usług niematerialnych świadczonych bezpośrednio przez podmioty powiązane – przedsiębiorstwo może szukać innego dostawcy wśród podmiotów spoza grupy kapitałowej.

Innym sposobem na zmniejszenie skutków limitowania kosztów usług niematerialnych ponoszonych na rzecz podmiotów powiązanych jest wypracowanie wysokiego wyniku EBITDA.

Zwiększyłoby to kwotę wyłączoną z limitowania stanowiącą 3 mln zł + 5% EBITDA. Jest to rozwiązanie bardzo proste w swej istocie, lecz zdecydowanie trudniejsze do osiągnięcia w praktyce gospodarczej.

LITERATURA

Aluchna, M. (2013). Kooperacja w grupach kapitałowych. W: J. Cygler, M. Aluchna, E. Marciszewska, M.K. Witek-Hajduk, G. Materna, *Kooperacja przedsiębiorstw w dobie globalizacji. Wyzwania strategiczne, uwarunkowania prawne* (s. 159–194). Warszawa: Wolters Kluwer.

Gierusz, B., Martyniuk, T. (2016). Pomiar i ujawnianie transakcji między podmiotami powiązanymi w regulacjach prawa bilansowego i podatkowego. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, *4* (11), 78–93. DOI: 10.18559/SOEP.2016.11.6.

Grzybowski, T. (2018). Opodatkowanie CIT od 1 stycznia 2018 r. – korekty systemowe czy kryzys konstrukcji? (wybrane zagadnienia). *Analizy i Studia CASP*, *1* (5), 25–55.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej nr 0111-KDIB1-3.4010.436.2018.1.JKT z dnia 7 listopada 2018 r.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej nr 0114-KDIP2-2.4010.455.2018.1.AG z dnia 5 listopada 2018 r.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej nr 0114-KDIP2-2.4010.404.2018.2.AM z dnia 26 października 2018 r.

Jagiełło, A. (2019). *Podatnicy mają kłopot z limitem kosztów usług niematerialnych*. Pobrane z: https://www.rp.pl (16.08.2019).

Krifa-Schneider, H., Sattar, A. (2017). *Multination corporations' tax optimization strategies and European Union policies.* Proceedings of the Global Management Conference, France, 6–9.06.2017, s. 208–233.

Kutera, M. (2017). A model of aggressive tax optimization with the use of royalties. *Journal of Economics and Management*, *30* (4), 85–98. DOI: 10.22367/jem.2017.30.05.

Mesjasz, C., Szarucki, M. (2017). Synergia i przewidywanie w strategii fuzji i przejęć. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, *5* (9), 69–86. DOI: 10.18559/SOEP.2017.9.5.

Poszwa, M. (2018). Limitowanie kosztów w rachunku wyniku podatkowego. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, *513*, 315–322. DOI: 10.15611/pn.2018.513.29.

Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych oraz ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne z dnia 4.10.2017 r., druk nr 1878.

Safonova, M.F., Kalinina, I.N., Vasilieva, N.K., Bershitskiy, Y.I, Kiselevich, T.I. (2016). Methodology of Planning Tax Expenses. *International Journal of Economics and Financial Issues, Econjournals*, *6* (4), 1550–1559.

Sikacz, H. (2011). *Ocena sytuacji finansowej operacyjnych grup kapitałowych*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Szewc-Rogalska, A. (2006). Grupy kapitałowe w gospodarce polskiej. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, *9*, 653–659.

Toborek-Mazur, J. (2010). *Holding jako podmiot rachunkowości*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Ustawa z dnia 12 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych. T.j. Dz.U. 2019 poz. 865.

Witczak, I. (2017). Dylematy podatkowego wyniku finansowego w spółce kapitałowej. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, *341*, 365–376.

Sharing costs of intangible services in related companies – tax restrictions

SUMMARY

On January 1, 2018, the Act on Corporate Income Tax introduced a provision restricting the possibility of recognizing as tax costs the costs of some intangible services incurred to related entities. As a result, related companies cannot consider some of the costs incurred as a tax cost and thus pay a higher income tax. The purpose of the publication is to discuss the tax restriction in the form of limiting the costs of intangible services incurred for related entities, to present the reasons and effects of introducing this regulation and to create recommendations for related entities to whom this limitation applies. The method of analyzing tax regulations and tax interpretations as well as publications on the discussed issue were used, as well as the author's professional experience. The final conclusions include examples of actions recommended in the face of the studied problem, including analysis of agreements in force between related entities and acquisition of intangible services from unrelated entities.

KEYWORDS

corporate income tax (CIT), tax costs, related entities, intangible services

Translated by Katarzyna Goyke

PTiL 3/2019 (47) | ISSN: 1644-275X | www.wnus.edu.pl/ptil | DOI: 10.18276/ptl.2019.47-04 | 39–52

ZACHOWANIA KONSUMENTÓW W OBLICZU ROZWOJU *SHARING ECONOMY*

DATA PRZESŁANIA: 15.08.2019, DATA AKCEPTACJI: 31.08.2019, KODY JEL: D10, D16

Sylwia Kowalska

ORCID: 0000-0003-3309-7243
Uniwersytet Szczeciński
sylwia.kowalska@wzieu.pl

STRESZCZENIE

Głównym celem artykułu jest zrozumienie przyczyn oraz prognozowanie kierunków rozwoju ekonomii współdzielenia w Polsce i we Włoszech. Jedno z pytań dotyczyło poziomu rozwoju trendu w obrębie dwóch grup społecznych – studentów narodowości polskiej oraz włoskiej. Przeprowadzone badania oraz opracowanie, które jest ich efektem, pozwoli na rozwiązanie problemu badawczego wiążącego się z nieznajomością obszarów, gdzie rozwój ten był najbardziej dynamiczny.
Podstawowym narzędziem wykorzystanym do osiągnięcia celu był kwestionariusz ankiety wysłany do respondentów z Włoch oraz Polski – na podstawie analizy uzyskanych wyników zostały sformułowane wnioski.
Podstawową konkluzją, którą można sformułować na podstawie przeprowadzonych badań, jest stwierdzenie, że trend ekonomii współdzielenia w większym stopniu jest rozwinięty we Włoszech.

SŁOWA KLUCZOWE

ekonomia współdzielenia, zachowania konsumentów, rynek polski, rynek włoski

WPROWADZENIE

Z jednej strony wzrost bogactwa społeczeństwa (posiadamy coraz więcej dóbr, których nie jesteśmy w stanie wykorzystać w całości), a z drugiej strony kryzys ekonomiczny, który zmusza coraz więcej gospodarstw domowych do oszczędzania, stały się kluczowymi czynnikami powstania trendu ekonomii współdzielenia (*sharing economy*). Dodatkowo nurt ten wzmacniamy jest przez ciągle rozwijające się technologie, a konkretnie przez internetowe serwisy społecznościowe oraz aplikacje mobilne.

Sharing economy w coraz większym stopniu wpływa na współczesny konsumpcjonizm. Sama idea trendu, która przyczynia się do ograniczania konsumpcjonistycznych przyzwyczajeń w pewnym stopniu wpływa również na popyt określonych usług. Łączy się to z praktyką wymiany, pożyczania, płatnego udostępniania dóbr oraz wszelkimi współzależnościami, które są przeciwieństwem posiadania na własność.

Wyobrazić sobie należy sytuację, w której podmiot posiada na przykład książkę. Książa ta została kupiona, więc wpłynęło to na popyt, jednak działając zgodnie z trendem *sharing economy*, następnym krokiem będzie udostępnienie jej innemu podmiotowi. Oczywiście ta osoba nie kupi już nowej książki, a w związku z tym nie przyczyni się do wzrostu popytu.

Na podanym przykładzie opisującym poniekąd działanie trendu *sharing economy* można dostrzec jego wpływ na kształtowanie popytu. Trend ten ogranicza konsumpcyjny tryb życia, a co za tym idzie przyczynia się do zmniejszenia popytu na rynku. Coraz więcej konsumentów nie skupia się na tym, ażeby posiadać pewne dobra, a jedynie wykorzystać ich możliwości, a następnie przekazać dalej.

WSPÓŁDZIELENIE W KONTEKŚCIE EKONOMICZNYM

Jednymi z pierwszych teoretyków w dziedzinie współpracy konsumpcyjnej byli M. Felson oraz J.L. Spaeth (1978). Zauważyli, że zachowanie konsumenta odzwierciedla nie tylko działania indywidualne, ale również wiąże się z chęcią do współpracy z innymi. Takie czynności jak np. wspólne jedzenie posiłków czy pranie ubrań w ramach gospodarstwa domowego są aktami kolaboracyjnej konsumpcji (Felson, Spaeth, 1978, s. 614–624).

R. Belk (2013) argumentuje, że jesteś tym do czego masz dostęp, a w erze internetu istnieje wiele alternatywnych dróg do wyrażania własnej tożsamości, bez konieczności posiadania „rzeczy" na własność. Ostatnie badania konsumenckie świadczą o wzroście zainteresowania praktykami opisanymi jako dzielenie się. *Colaborative consumption*, *the mesh*, *commercial sharing system*, *co-production*, *co-creation*, *presumption*, *product-service system*, *access-based consumption*, *consumer participation* czy *online volunteering* skupiały szczególną uwagę na rosnącej liczbie firm for-profit, dzięki czemu trend ekonomii współdzielenia mógł się rozwinąć (Belk, 2013, s. 1595–1600). Przykładem mogą być działania takich firm jak np.: YouTube, Wikipedia, Zipcar, Facebook, Flickr czy Twitter.

Dziś mamy do czynienia z trendem zwanym *sharing economy*, *collabrative consumption*, *collaborative economy* bądź też *sharing consumption*. Określenia te tłumaczone są jako: ekonomia współdzielenia, konsumpcja oparta na współpracy, ekonomia wspólnego użytkowania lub też konsumpcja współdzielenia. Istnieje też wiele innych terminów bezpośrednio powiązanych z ekonomią współdzielenia, takich jak *peer to peer economy*, czy *mesh economy (*Mróz, 2013, s. 142–143.). W związku z tym, że jest to stosunkowo „młoda" tendencja, trudno jednoznacznie stwierdzić w jakim stopniu powiązane są ze sobą te zjawiska. Tłumaczy się je jednak ogólnie, jako „trend, który bazuje na pożyczaniu, wymianie, barterze, bądź płatnym udostępnianiu swych dóbr innym osobom" (Wardak, Zalega, 2013, s. 8–9).

R. Belk (2013, s. 1595) jako podobieństwa pomiędzy *sharing consumption* (konsumpcja oparta na współdzieleniu), a *collaborative consumption* (konsumpcja oparta na współpracy) podaje:

- użycie przez nie modeli tymczasowego dostępu do użytkowania dóbr i usług konsumenckich, a nie stałego posiadania,
- bazowania na internecie, a w szczególności na Web 2.0[1].

Ponadto w ramach ekonomii współdzielenia można wyróżnić wiele innych podgrup oraz elementów budujących całokształt procesu współpracy, w tym: współdzieloną produkcję, dystrybucję, handel, recykling, *upcykling*, redystrybucję, modele abonamentowe, ekonomię *pay-as--you-use*, wikinomię, pożyczki typu *peer-to-peer*, mikrofinansowanie, mikroprzedsiębiorczość, media społecznościowe, przedsiębiorstwa społeczne, futurologię, *crowdfunding*, *crowdsourcing*, *open source*, *open data*, treści tworzone przez użytkowników (UGC) (www.thepeoplewhoshare.com), itp.

Jak zauważa G. Görög (2018, s. 175–189) trudno wyłonić jedną wspólną definicję ekonomii współdzielenia w związku z występowaniem wielu różnych pojęć, które się do niej odnoszą. Autorka wymienia ponad 26 określeń związanych z ekonomią współdzielenia (m.in. gospodarka cyfrowa, usługi na żądanie, ekonomia dostępu itp.).

P. Goudin (2016, s. 10) w raporcie dla Parlamentu Europejskiego wskazuje, że ekonomia współdzielenia jest społeczno-ekonomicznym systemem zbudowanym na bazie współdzielenia zasobów ludzkich i fizycznych. Obejmuje wspólne tworzenie, produkcję, dystrybucję, handel i konsumpcję towarów i usług przez różne osoby i organizacje. Dodatkowo powinny zostać spełnione określone warunki charakterystyczne dla usługi ekonomii współdzielenia:

a) dotyczy wyłącznie transakcji między konsumentami, a nie transakcji między przedsiębiorcami;
b) powinny być rozumiane jako transakcje, w których konsument zapewnia tymczasowy dostęp do dobra, a nie trwałe przeniesienie własności towaru;
c) obejmują wyłącznie transakcje dotyczące aktywów fizycznych.

Geneza powstania ekonomii współdzielenia może się wiązać z kryzysem, który sprawił, że ludzie niechętnie wydawali pieniądze na nowe dobra konsumpcyjne, szczególnie te droższe. Szukając alternatywy dla zakupu na własność poszukiwano innych metod pozwalających na korzystanie z dóbr i usług. Dlatego też w latach 2008–2010 tak dużym zainteresowaniem cieszyły się firmy oferujące wypożyczanie, wynajem, zakupy grupowe, korzystanie z produktów używanych itp. W tym okresie powstało również najwięcej firm oferujących usługi tego typu, jak np. Airbnb, Uber, GoCar itp.

Francuski socjolog M. Maffesoli (2013) w jednym z wywiadów wyjaśnia, że

> sfera gospodarcza (…) zmienia się pod wpływem przemian w stylach życia i świecie wartości mieszkańców ponowoczesności. Prowadzi to do odkrywania dawnych form wymiany ekonomicznej, które zamiast do transakcji na rynku odwołują się do idei daru lub barteru (…). Obserwujemy eksplozję praktyk ekonomicznych, w których zaspokajanie potrzeb łączy się z gestami solidarności i zaangażowaniem emocjonalnym. Wystarczy wspomnieć sieci umożliwiające dzielenie się samochodami czy noclegami; (…) rośnie znaczenie aktywności gospodarczej rozumianej (…) jako szeroko pojęta wymiana dóbr, usług, słów, uczuć (za: Mróz, 2013, s. 143).

[1] Web 2.0 odnosi się do stron internetowych, które pozwalają użytkownikom na wzbogacanie zawartości oraz łączenie się ze sobą (Carroll, Romano, 2011, s. 190).

Trend ten stymuluje wybrane branże gospodarki. Na fali popularności wypożyczania samochodów powstało wiele inicjatyw, takich jak: *car sharing*, *car pooling*, *car2go* itp. Dzięki koncepcji *collaborative consumption* wielu konsumentów zrezygnowało z posiadania samochodu na rzecz jego wynajmu. Dostęp do dóbr wypiera jego posiadanie, co określa się sformułowaniem *access over ownership*. Proces ten zauważalny jest również w branży nieruchomości, w której powstały takie firmy jak Couchsurfing czy Airbnb (Mróz, 2013, s. 145).

Kolejnym powodem, który uzasadnia szybki rozwój rynku *sharing economy* może być niechęć do zobowiązań. Konsumenci wolą unikać długoterminowych obciążeń (*non-committment culture*). Nietrwałość relacji ze sprzedawcą, brak lojalności wobec marki są zauważalne bardziej niż w ubiegłych latach. Dlatego też konsumenci wolą posiadać dobro przez jakiś czas, a następnie je odsprzedać, by kupić nowe obiekty konsumpcyjnego pożądania. Tak wysoki wskaźnik rotacji odwodzi konsumentów od chęci zakupu dobra na rzecz jego wynajęcia bądź wypożyczenia.

BADANIA KONSUMENCKIE

We wrześniu 2014 roku serwis Blablacar przeprowadził badanie w grupie obejmującej 3624 osób. Okazało się, że na pierwszym miejscu pod względem zaufania znajduje się przyjaciel, następnie członek rodziny, dalej sąsiad, nieznajomy na ulicy oraz nieznajomy w sieci. Jest to dość oczywiste, jednakże zaskakujące było, że wystarczyło wzbogacenie profilu użytkownika serwisu o zdjęcie, żeby nieznajomy w internecie wyprzedził poziomem zaufania nieznajomego na ulicy. Idąc dalej tym tropem, osoby o pełnym profilu (pozytywne oceny innych użytkowników, numer telefonu itp.) plasowały się tuż przy członkach rodziny (www.focus.pl). Wynika z tego, że użytkownicy Blablacar bardziej ufają nieznajomemu z pełnym profilem niż sąsiadowi. Wyższym poziomem zaufania darzą jedynie przyjaciół oraz rodzinę.

Innym wnioskiem, jaki można wysnuć na podstawie przeprowadzonego badania, jest to, że większość użytkowników serwisu za główną przyczynę korzystania z usług uznaje oszczędność. 83% kierowców oraz 69% pasażerów przyznaje, że korzysta z usługi wspólnych przejazdów, ponieważ może dzięki temu zaoszczędzić. Według kierowców, na drugim miejscu, z wynikiem 56%, plasuje się możliwość poznania i spotkania nowych ludzi, 49% ankietowanych korzysta z serwisu, aby uniknąć samotności, a 44% osób kieruje się chęcią pomagania innym. Z punktu widzenia pasażera najważniejsze są prostota i funkcjonalność serwisu (57%) oraz możliwość spotykania nowych ludzi (38%)[2].

W listopadzie 2015 roku firma ICAN Research zrealizowała ogólne badanie dla serwisu finansów Kokos.pl, dotyczące ekonomii współdzielenia, przeprowadzono je w okresie lipiec – sierpień 2015 metodą CATI, za pomocą tysiąca wywiadów telefonicznych. Respondentami byli Polacy w wieku od 18 do 65 lat (grupa wiekowa 18–25 lat to 12,4% wszystkich respondentów) – kobiety i mężczyźni w identycznych 50% proporcjach.

Według badania, aż 59% Polaków jest świadomych istnienia usługi wspólnych przejazdów (z czego jednak 73%, to grupa ankietowanych w przedziale 18–45 lat), 48% respondentów

[2] Badanie przeprowadzone we wrześniu 2014 roku przez serwis wspólnych przejazdów BlaBlaCar (3624 polskich użytkowników BlaBlaCar.pl).

przyznało, że zna serwisy oferujące wynajem noclegów, a prawie jedna trzecia (29%) kojarzy serwisy pożyczek społecznościowych. W tej grupie jednak tylko 8% ankietowanych przyznało, że skorzystało z usługi wspólnych przejazdów oraz wynajmu noclegu w prywatnych mieszkaniach. Idąc dalej, jedna czwarta ankietowanych zadeklarowała, że skorzystałaby ponownie zarówno z usług wspólnych przejazdów, jak i takiej formy wynajmu noclegu[3].

Na podstawie wyników badania można stwierdzić, że większą znajomością serwisów działających na zasadzie ekonomii współdzielenia odznaczają się mężczyźni oraz osoby z grupy 18–45 lat. Podobną tendencję obserwuje się również w przypadku korzystania z serwisów opartych na ekonomii współdzielenia. Korzystają z nich chętniej osoby w grupie 18–45 lat niż 46–65 lat. Jeżeli chodzi o miejsce zamieszkania, to większą znajomością serwisu charakteryzują się mieszkańcy dużych miast, tam również wskaźnik korzystania z tych usług jest wyższy[4].

Jeżeli chodzi o rynek włoski, to głównymi użytkownikami platform ekonomii współdzielenia są kobiety (52,8%) oraz osoby między 34 a 54 rokiem życia (49%), co wskazuje na niewiele wyższy wskaźnik w porównaniu do grupy 18–34 lata (44%) (Mainieri, 2015, s. 11–12). Ponadto, badania przeprowadzone w listopadzie 2015 roku pokazują, że 70% Włochów zna pojęcie *sharing economy*, 25% już korzystało z jej usług, natomiast 45% zna termin, ale nadal nie miało okazji skorzystać z oferowanych usług.

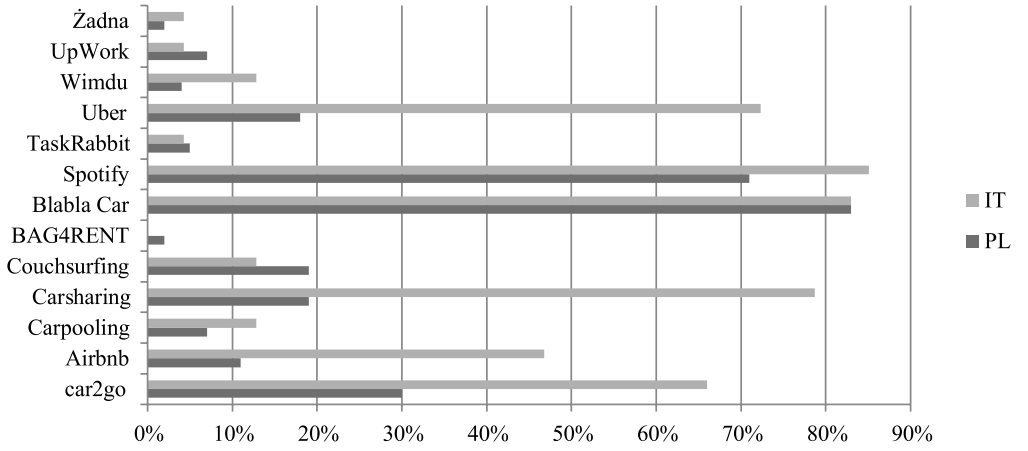
BADANIA WŁASNE

Analiza trendu ekonomii współdzielenia została przeprowadzona na podstawie badań ankietowanych, przeprowadzonych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety w dwóch wersjach językowych. Ankieta ta była realizowana w okresie od czerwca 2015 roku do grudnia 2016 roku. Celem badania było pozyskanie informacji dotyczących preferencji użytkowników względem trendu konsumenckiego jakim jest ekonomia współdzielenia. W badaniu wzięły udział dwie grupy – Polacy oraz Włosi. Ankietę przeprowadzonono na uniwersytetach, w związku z czym główną grupą badanych, z obu krajów, byli respondenci w wieku do 30 roku życia. Liczba osób objętych badaniem w przypadku studentów z Polski wynosi 100, natomiast z Włoch 190.

Analizując informacje uzyskane dzięki ankiecie można zauważyć, że coraz popularniejsze stają się usługi wpisujące się w trend *sharing economy*. Kierując się różnymi pobudkami, konsumenci coraz częściej korzystają z usług, dzięki którym mogą osiągnąć wiele korzyści.

[3] Badanie przeprowadzone przez ICAN Research, na zlecenie firmy Blue Media, operatora serwisu finansów społecznościwych Kokos.pl, sierpień 2015 r.

[4] Tamże.



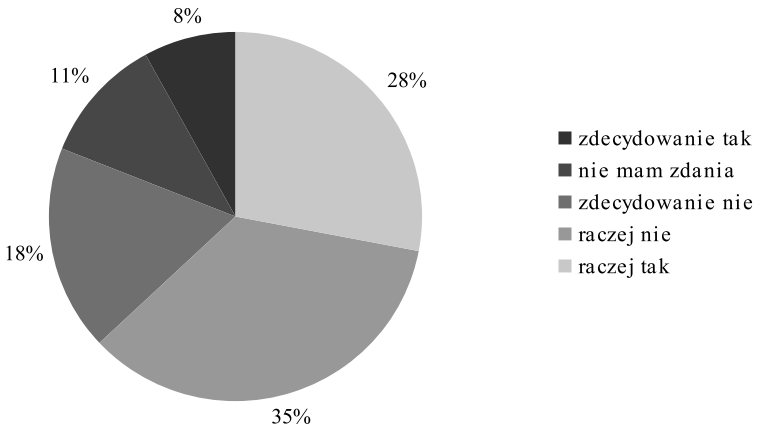
Rysunek 1. Usługi ekonomii współdzielenia znane przez ankietowanych
Źródło: opracowanie własne.

Na początku należałoby ustalić jak dobrze znane są firmy, które działają w ramach trendu – powyższe zestawienie (rys. 1) pozwala stwierdzić, że najbardziej znane w obu krajach są Blabla Car oraz Spotify. Ewidentnie usługi typu *sharing economy* są bardziej znane we Włoszech, co widać to na przykładzie takich firm jak Uber, Car2go czy AirBnB. Wśród polskich respondentów nie są nawet w połowie tak dobrze znane jak w przypadku ankietowanych z Włoch, co świadczy o tym, że segment ten znacznie lepiej rozwija się zagranicą.

Dane przedstawione na rysunku 2 pozwalają stwierdzić, że najbardziej znane są usługi związane z transportem (Uber, BlaBla Car, Car2go), a zaraz po nich plasują się te, które związane są z noclegami. Najmniej rozpowszechnione są usługi oferujące działania innego typu, jak np. BAG4RENT, która polega na wypożyczaniu markowych torebek (nie jest we Włoszech znana w ogóle). Podobna sytuacja dotyczy usług UpWork (platforma dla freelancerów oferujących swoje umiejętności zawodowe) lub działającej na podobnej zasadzie TaskRabbit. Bardzo mało, bo zaledwie 2% ankietowanych z Polski i 4,4% z Włoch stwierdziło, że nie zna żadnej firmy działającej na zasadzie ekonomii współdzielenia.

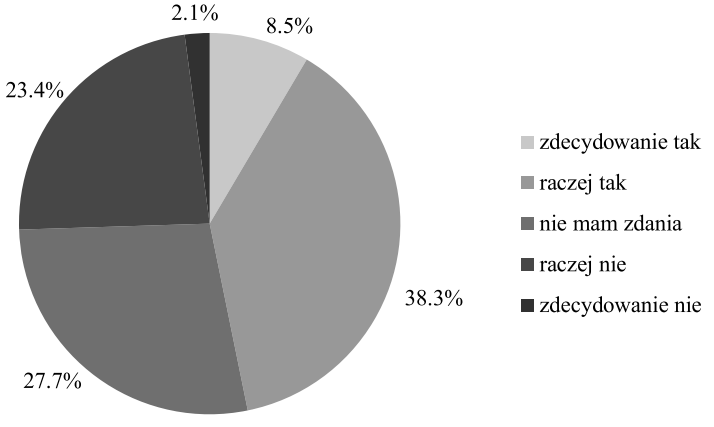
Znajomość usług tego typu *sharing economy* jest dość powszechna, interesująca jest jednak kwestia dotycząca tego, czy ankietowani konsumenci byliby skłonni wypożyczyć za opłatą własne dobra.

Jak przedstawiono na rysunku 2, ankietowani z Polski odpowiedzieli (największy odsetek), że raczej nie byliby skłonni wypożyczyć swoich dóbr odpłatnie – 53% ankietowanych negatywnie podchodzi do tej kwestii, a aż 18% jest nastawione zdecydowanie negatywnie. Wśród ankietowanych 11% nie ma wyrobionego zdania na ten temat, a 36% byłoby w stanie wypożyczyć swoje dobra, z czego jednakże tylko 8% jest zdecydowanych to zrobić, co jest najniższym odsetkiem wśród przebadanych.



Rysunek 2. Skłonność konsumentów z Polski do wypożyczenia własnych dóbr za opłatą
Źródło: opracowanie własne.

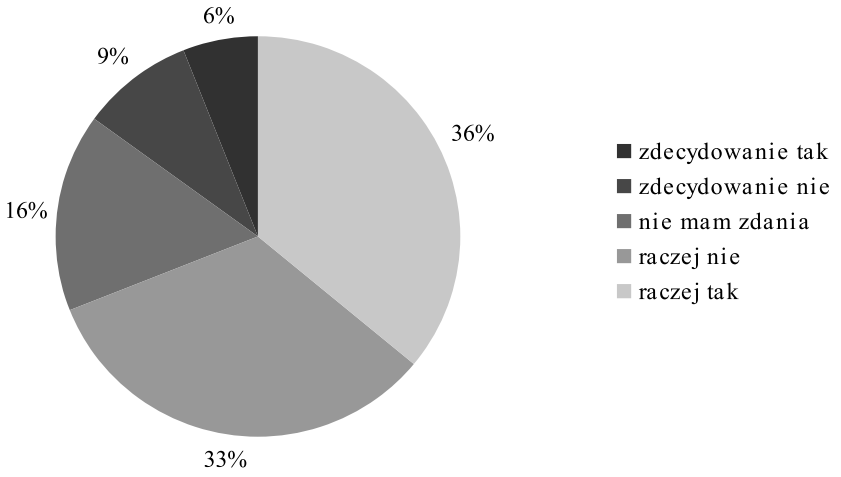
Zupełnie inaczej sytuacja wygląda wśród ankietowanych we Włoszech (rys. 3).



Rysunek 3. Skłonność konsumentów z Włoch do wypożyczenia własnych dóbr za opłatą
Źródło: opracowanie własne.

Prawie ⅓ ankietowanych nie ma wyrobionego zdania dotyczącego chęci wypożyczana własnych dóbr za opłatą, jednak ci, którzy podzielili się swoją opinią byli w większej mierze skłonni to zrobić. 46,8% ankietowanych zgodziła się na wypożyczenie swoich dóbr, z czego 8,5% określiła swoje stanowisko zdecydowanie na tak. Znacznie mniej niż w przypadku ankietowanych z Polski, bo 25,5% respondentów było przeciwnych i niechętnych korzystaniu z takich praktyk. Jest to kolejny argument za tym, że usługi te są na wyższym stadium rozwoju we Włoszech niż w Polsce.

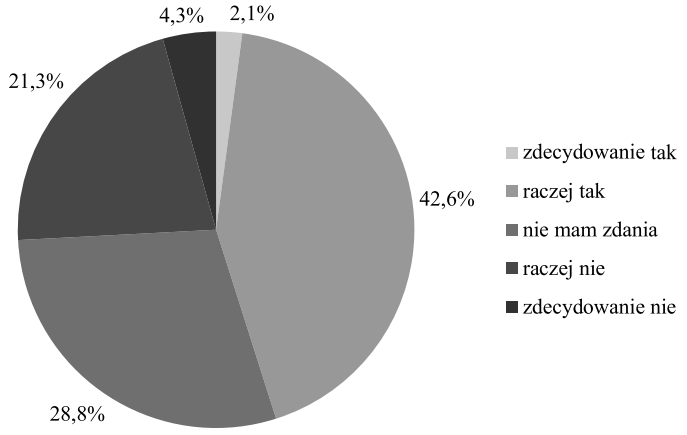
Kolejnym badanym aspektem była skłonność ankietowanych już nie do odpłatnego wypożyczenia, a do wymiany dóbr (rys. 4 i 5).



Rysunek 4. Skłonność konsumentów z Polski do współdzielenia własnych dóbr na zasadzie wymiany
Źródło: opracowanie własne.

Jak przedstawiono na rysunku 4, proporcje są wyrównane – wynika z niego, że 36% ankietowanych zdecydowałoby się na wymianę swoich dóbr, jednak 42% jest odmiennego zdania. Widać, że taka sama ilość osób opowiedziała się za chęcią odpłatnego wypożyczenia, jak i wymiany dóbr. Z kolei osoby, które nie miały wyrobionej opinii w kwestii wypożyczania dóbr za opłatą, są niechętne także ich wymianie.

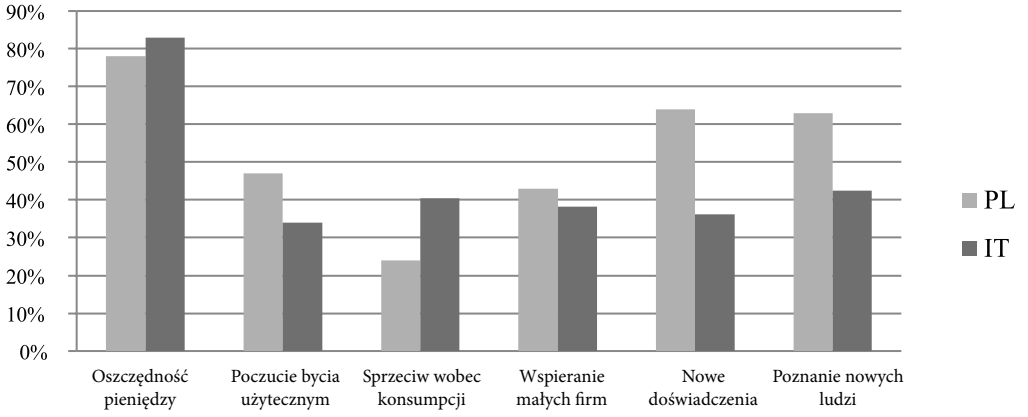
Jeżeli mowa o konsumentach z Włoch, to ich stosunek do wymiany dóbr jest podobny do zagadnienia odnoszącego się do wypożyczania za opłatą. Strukturę odpowiedzi przedstawiono na rysunku 5.



Rysunek 5. Skłonność konsumentów z Włoch do współdzielenia własnych dóbr na zasadzie wymiany
Źródło: opracowanie własne.

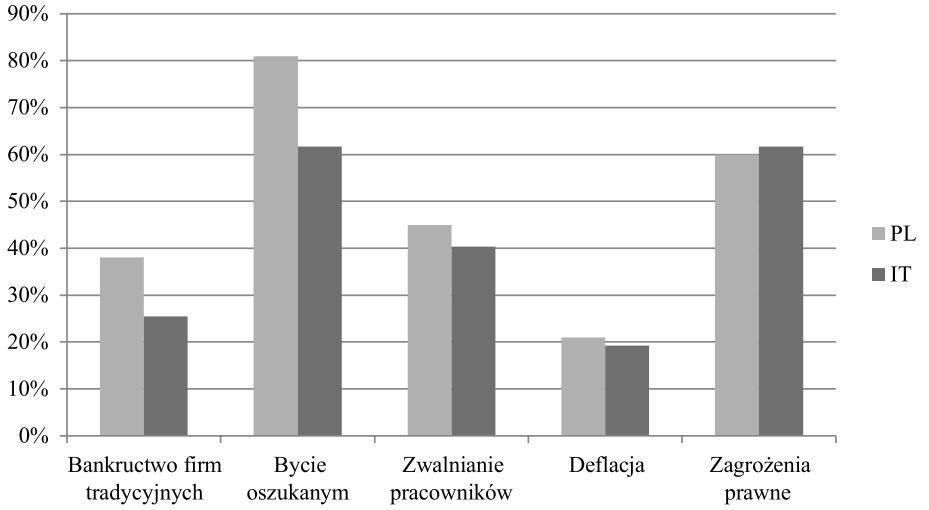
Podobnie jak w przypadku współdzielenia na zasadzie odpłatnego wynajmu za użytkowanie określonych dóbr – skłonność do wymiany dóbr jest również na wyższym poziomie, niż w przypadku odpowiedzi respondentów z Polski. 44,7% ankietowanych z Włoch zgodziłoby się na wymianę, co jest wynikiem nieznacznie niższym niż w przypadku wypożyczenia. Jeżeli chodzi negatywne zdanie, to 25,6% ankietowanych nie zgodziłoby się na tego typu wymianę, co jest niższym odsetkiem niż w przypadku ankietowanych z Polski, gdzie 42% przebadanych było takiego zdania.

Następnie ankietowani zostali zapytani o aspekty, które według nich wydają się być najatrakcyjniejsze (rys. 6). Obie grupy uznały, że najbardziej przyciągającą korzyścią jest oszczędność pieniędzy. Dość dużą rozbieżność zdań można zauważyć przy kwestii nowych doświadczeń – doznanie czegoś interesującego, czego większość ludzi jeszcze nie spróbowała, wydaje się być atrakcyjne dla 64% Polaków i zaledwie 36,2% Włochów. Podobnie wygląda ten stosunek w przypadku zagadnienia dotyczącego poznawania nowych ludzi. Jedyną korzyścią, która wynika z ekonomii współdzielenia, a którą włoscy konsumenci docenili bardziej niż ich polscy odpowiednicy, jest udział w szerszym ruchu sprzeciwu wobec nadmiernej konsumpcji (24% ankietowanych z Polski i 40,5% z Włoch).



Rysunek 6. Najatrakcyjniejsze aspekty oparte na ekonomii współdzielenia
Źródło: opracowanie własne.

Nie należy jednak zapominać, że ekonomia współdzielenia obarczona jest pewnego rodzaju zagrożeniami (rys. 7).



Rysunek 7. Zagrożenia wynikające z ekonomii współdzielenia
Źródło: opracowanie własne.

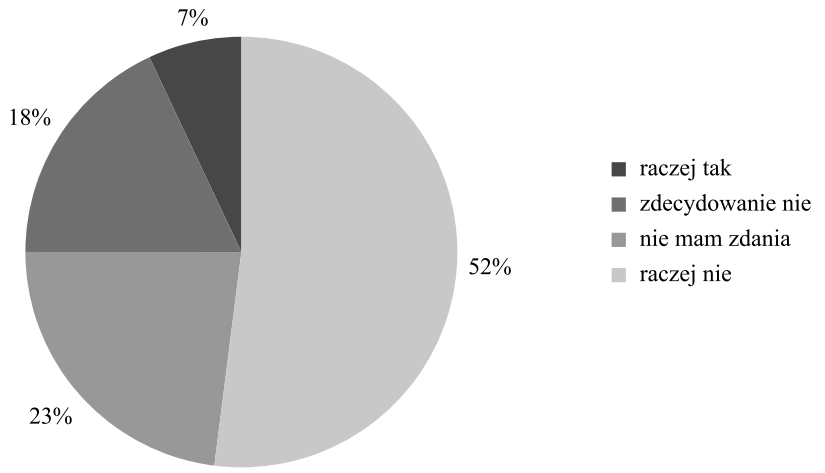
Jak przedstawiono na rysunku 7, największe obawy konsumentów dotyczą ryzyka bycia oszukanym oraz niejasnych zasad dotyczących zagrożeń natury prawnej (gwarancja, ubezpieczenie, uprawnienia konsumenckie). Strach przed oszustwem jest mimo wszystko mniejszy we Włoszech, gdzie wymieniło go 61,7% ankietowanych, istotny wydał się jednak aż 81% ankietowanych z Polski. Według ankietowanych najmniejszym zagrożeniem jest deflacja, czyli spadek cen na skutek zwiększonej podaży.

W ostatniej części ankiety skupiono się na przyszłości trendu. Konsumenci wypowiedzieli się, czy według nich istnieją podstawy dalszego rozwoju trendu.

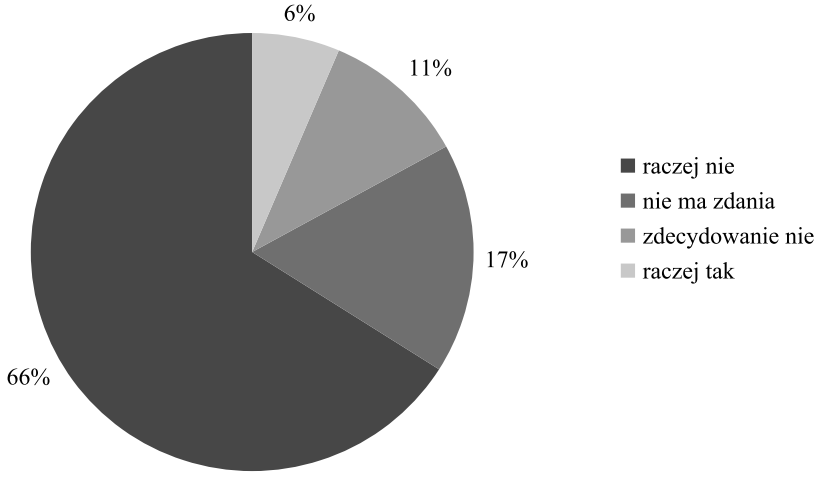
Jak przedstawiono na rysunku 8, Polacy są zdania, że ekonomia współdzielenia nie jest wystarczająco rozwinięta (negatywnie wypowiedziało się aż 70% zapytanych), zaledwie 7% badanych odpowiedziało, że tak, z kolei nikt nie opowiedział się za opcją „zdecydowanie tak".

Wśród ankietowanych z Włoch sytuacja wygląda podobnie, gdyż 76,6% zapytanych stwierdziło, że usługi związane z ekonomią współdzielenia nie są wystarczająco rozwinięte. Tutaj również, podobnie jak w przypadku ankietowanych z Polski, odpowiedzi twierdzącej udzieliło 6,4% badanych (rys. 9).

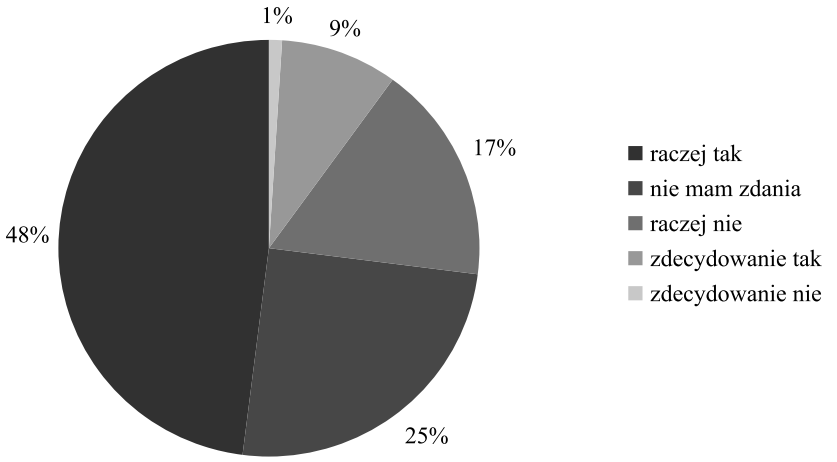
Biorąc jednak pod uwagę przyszłość, ankietowani z Polski dość pozytywnie myślą o ścieżce rozwoju trendu, wśród nich 57% twierdzi, że usługi związane z ekonomią współdzielenia będą się rozwijać, a zaledwie 18% z nich jest przeciwnego zdania.



Rysunek 8. Stopień rozwinięcia usług związanych z ekonomią współdzielenia wg ankietowanych z Polski
Źródło: opracowanie własne.

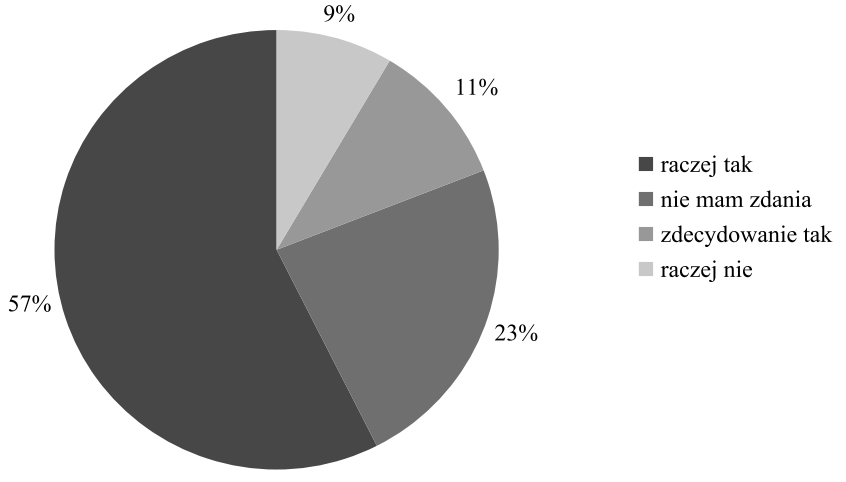


Rysunek 9. Stopień rozwinięcia usług związanych z ekonomią współdzielenia wg ankietowanych z Włoch
Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 10. Potencjał rozwoju usług związanych z ekonomią współdzielenia według ankietowanych z Polski
Źródło: opracowanie własne.

Podobnie sytuacja wygląda wśród respondentów z Włoch zapytanych o to samo zagadnienie. Tutaj aż 68% ankietowanych jest zdania, że trend ten będzie w przyszłości rozwijał się, co jest wzrostem o 11 punktów procentowych, przeciwnego zdania jest zaledwie 8,5% zapytanych, a prawie ¼ nie ma wyrobionej opinii (rys. 11).



Rysunek 11. Potencjał rozwoju usług związanych z ekonomią współdzielenia według ankietowanych z Włoch
Źródło: opracowanie własne.

Tak czy inaczej trend ekonomii współdzielenia jest ścieżką, która niewątpliwie będzie rozwijana w kolejnych latach. Rosnące zainteresowanie tego typu usługami oraz niechęć do rozwijającej się ciągle konsumpcji sprawią, że świadczenia te będą coraz powszechniejsze, a dostęp do nich łatwiejszy i bezpieczniejszy.

PODSUMOWANIE

Już na podstawie pierwszego rysunku, na którym przedstawiono znajomość konkretnych marek działających w ramach trendu *sharing economy* można stwierdzić, że we Włoszech jest on popularniejszy. Ponad połowa ankietowanych z Polski nie byłaby chętna do wypożyczenia własnych dóbr obcym osobom, natomiast w przypadku badanych z Włoch jest to 25,5%, więc nieco ponad ¼ ankietowanych. Również osób, które zadeklarowały chęć wypożyczenia swoich dóbr za opłatą jest o 10% więcej we Włoszech, niż w Polsce. Podobna sytuacja miała miejsce, gdy pytano o chęć wymiany swoich dóbr. Więcej pozytywnych reakcji było po stronie włoskiej niż polskiej.

Trend ten jest w większym stopniu rozwinięty we Włoszech niż w Polsce. Polacy nie wykazują takiego zaufania wobec innych, żeby móc bez przeszkód korzystać z usług tego typu i potrzeba jeszcze czasu, aby to mogło się zmienić, a usługi typu *sharing economy* mogły bezproblemowo i bez żadnych przeszkód wejść w pełni na rynek polski i rozwijać, tak, jak ma to miejsce na rynkach zachodnich.

Ekonomia współdzielenia to aktualny temat we współczesnym obszarze ekonomii, nie tylko polskiej, ale również światowej. Kwestia ta jest wciąż skomplikowana, a zróżnicowane warunki ekonomiczno-polityczne różnych obszarów geograficznych sprawiają, że nie można ich jednoznacznie zinterpretować oraz przewidzieć potencjalnych skutków występowania.

Ponadto zachowania konsumentów znacznie różnią się nie tylko przez wzgląd na miejsce zamieszkania, ale również płeć, wiek, warunki ekonomiczne i wiele innych. W związku z tym nawet dogłębna analiza trendu może nie uwzględnić wszystkich aspektów, a w związku z tym nie dostarczy wiarygodnych wyników.

Pierwszym ważnym punktem opracowania, który przybliża problem rozwoju trendu *sharing economy* i pozwala na chociażby częściowe zrozumienie jest jego charakterystyka. Opis poszczególnych aspektów pozwala na zdobycie informacji, które ułatwiają analizę oraz dalszą interpretację.

Jednak zasadniczym zagadnieniem było porównanie poszczególnych grup społecznych – w Polsce i we Włoszech – w kontekście ekonomii współdzielenia. Podstawowym wnioskiem jaki się nasuwa jest stwierdzenie, że preferencje użytkowników tych dwóch krajów różnią się. Również nastawienie wobec nowych trendów różni się w obu grupach.

Trend ten nieustannie rozwija się. Cały czas pojawiają się nowe aspekty, które wpływają na niego w różnym stopniu, a które trzeba wziąć na uwagę analizując jego oddziaływanie na społeczeństwo. Jeżeli jego rozwój w Europie utrzyma się na dotychczasowym poziomie, można się spodziewać, że wkrótce zdominuje preferencje konsumentów i w znacznie większym stopniu wpłynie na gospodarkę, dlatego też tak ważne jest dokonywanie analiz, które pozwolą uzmysłowić, jaki jest wpływ tego trendu na gospodarkę.

LITERATURA

Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, *67*, 1595–1600.

Carroll, E., Romano, J. (2011). *Your Digital Afterlife: WhenFacebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What'sYour Legacy?* Berkeley, CA: New Riders.

Felson, M., Spaeth, J.L. (1978). Community structure and collaborative consumption. *American Behavioral Scientist*, *4* (21), 614–624.

Görög, G. (2018). The definitions of sharing economy. A systematic literature review. *Management*, *2* (13), 175–189.

Goudin, P. (2016). *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy: Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities, European Parliamentary Research Service*. Pobrane z: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf) (23.02.2016).

Hawley, A.H. (1950). *Human Ecology. A Theory of Community Structure*. New York: The Ronald Press Company.

Leoński, J. (2006). Ekologia społeczna Floriana Zanieckiego. *Diametros*, *9*, 148–152.

Mainieri, M. (2015). *Sharing economy. La mappatura delle piattaforme italiane*. Ricerca realizzata da Collaboriamo.org con il supporto di Phd Italia e coordinata da Marta Mainieri. Pobrane z: http://www.collaboriamo.org/media/2015/11/Mappatura2015_00.pdf (4.06.2019).

Mróz, B. (2013). *Konsument w globalnej gospodarce, trzy perspektywy*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.

Wardak, P., Zalega, T. (2013). Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki. *Studia i Materiały*, *16*, 7–32.

www.focus.pl/czlowiek (27.02. 2016).

www.thepeoplewhoshare.com (28.11.2015).

www.tns-global.it (27.02. 2016).

www.wired.com (27.02. 2016).

Behaviors of consumers regarding the development of sharing economy

SUMMARY

The main purpose of the article is to understand the causes and development path of the sharing economy in Poland and Italy. The main question that has been asked concerns the level of trend development within two social groups. The work and research carried out are to help guess in which areas this development has occurred to a greater extent.

The basic tool used to achieve the goal is a questionnaire sent to respondents from Italy and Poland. Based on the analysis of the results obtained, conclusions were made.

The main conclusion that can be drawn from the research carried out is that the sharing economy trend is more developed in Italy.

KEYWORDS

sharing economy, consumer behaviour, polish market, Italian market

Translated by Sylwia Kowalska

PTiL 3/2019 (47) | ISSN: 1644-275X | www.wnus.edu.pl/ptil | DOI: 10.18276/ptl.2019.47-05 | 53–63

POPULARNOŚĆ USŁUGI *CARSHARING* W GRUPIE WIEKOWEJ 18–25 LAT NA PRZYKŁADZIE SZCZECINA

DATA PRZESŁANIA: 15.08.2019, DATA AKCEPTACJI: 31.08.2019, KOD JEL: R49

Monika Krezymon

Uniwersytet Szczeciński
mkrezymon1603@gmail.com

Krystian Stróżewski

Uniwersytet Szczeciński
kstrozewski@gmail.com

STRESZCZENIE

Carsharing jest modelem biznesowym, polegającym na wypożyczaniu samochodów na krótki czas – jest to atrakcyjne dla osób korzystających z auta sporadycznie oraz dla tych, którzy chcieliby mieć samochód określonego typu na konkretną okazję. Celem artykułu jest analiza i ocena popularności usługi wypożyczania samochodu na minuty w wybranej grupie wiekowej.

SŁOWA KLUCZOWE

popularność, *carsharing*

WPROWADZENIE

Termin *carharing* wywodzi swą etymologię od dwóch angielskich pojęć – *car* (samochód) oraz *sharing* (dzielenie się, udostępnianie, współużytkowanie).

Carsharing można definiować jako usługę polegającą na dzieleniu się samochodem, jest to obecnie popularny model współużytkowania aut wypożyczanych od firm, miasta lub osób fizycznych (Kubera, 2018, s. 120). W systemie tym można auto wypożyczyć na krótszy lub dłuższy okres użytkowania. Wyróżnić można dwa rodzaje usługi *carsharing*:

- zwykły – to najem auta od przedsiębiorstwa oferującego tę usługę lub od miasta,
- *peer to peer* – polegający na wypożyczeniu samochodu od osoby prywatnej oferującej własny samochód (Olejniczak, Mendakiewicz, 2018, s. 194).

Zasady działania carsharingu zależą głównie od miejsca pobytu, a system korzystania z usługi jest nieskomplikowany i ogólnodostępny dla każdej osoby fizycznej posiadającej uprawnienia do kierowania pojazdem. Do zasad funkcjonowania systemu *carsharing* należy zaliczyć:

- parkowanie pojazdów w wyznaczonych do tego miejscach lub w docelowym punkcie podróży,
- lokalizację auta za pomocą internetu,
- rezerwację usługi dokonywaną osobiście, telefonicznie, drogą mailową lub przez wiadomości SMS,
- odbiór osobisty kluczyków bądź w wyznaczonych punktach odbioru ze skrzynki, w której zostały umieszczone. Zdarza się, że kluczyki do wypożyczonego auta umieszczane są w pojeździe, który otworzyć można przy pomocy karty do tego przeznaczonej lub przy użyciu smartfona (Szwejser, 2018, s. 144).

Wymienione zasady korzystania z carsharingu są wygodne i powinny być w pełni akceptowalne przez potencjalnych użytkowników usługi, gdyż to właśnie prostota odróżnia go od istniejących od wielu lat wypożyczalni aut. Model ten przede wszystkim ogranicza biurokrację, ponadto użytkownik nie musi zajmować się serwisowaniem auta po każdym jego użyciu, gdyż często jest ono pożyczane „raz po razie". Pojazdy są często rozmieszczane w różnych częściach miasta, co czyni je łatwo dostępnymi. Atrakcyjność carsharingu polega też na możliwości wypożyczenia samochodu nie tylko na godziny lecz również na minuty, a w koszt wypożyczenia wliczone jest ubezpieczenie oraz paliwo. W zdecydowanej większości przypadków za wynajem samochodu nie jest pobierana kaucja.

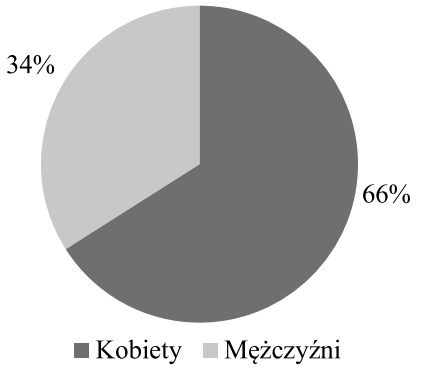
Głównymi celami wprowadzenia usługi carsharingu było odciążenie miast, zwolnienie przestrzeni publicznej i miejsc parkingowych oraz ochrona środowiska. Przez ochronę środowiska należy rozumieć zachęcanie użytkowników pojazdów do korzystania z alternatywnych form dojazdu do pracy, np. roweru lub innego bardziej przyjaznego środowisku środka transportu (4mobility.pl). W przypadku wyboru auta z systemu *carsharing*, korzysta się z modeli hybrydowych, nowszych, które nie niosą ze sobą większych szkód dla środowiska, ponieważ proces ich produkcji objęty jest restrykcyjnymi normami. Usługa ta docelowo miała być kierowana do osób posiadających własny samochód, lecz korzystających z niego na tyle rzadko, by *carsharing* stał się wygodną alternatywą (Bochyńska, 2018).

Oferta carsharingu stała się popularna przede wszystkim wśród osób młodych, które śledzą nowości rynku motoryzacyjnego oraz firm, które za jego pomocą mogą modyfikować swoją flotę. Na świecie popularność carsharingu stale rośnie. Można to także powiedzieć o niektórych polskich miastach, stąd też, aby ocenić skalę popularności tej usługi zastosowano metodę badania ankietowego.

Liczebność próby wynosiła 100 osób (w wieku od 18 do 25 lat), respondenci udzielili odpowiedzi na pytania dotyczące usługi *carsharing*, co powinno pomóc w odpowiedzi na pytanie, czy w stolicy województwa zachodniopomorskiego cieszy się ona popularnością wśród osób młodych.

ANALIZA POPULARNOŚCI CARSHARINGU WŚRÓD MŁODYCH OSÓB WKRACZAJĄCYCH W DOROSŁOŚĆ

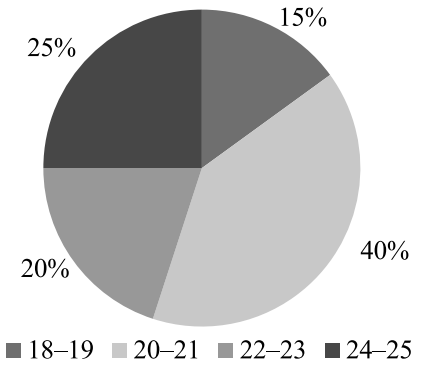
O popularności usługi carsharingu decyduje między innymi chęć posiadania własnego środka transportu, oszczędność, częstotliwość użytkowania pojazdu oraz dbałość o środowisko. Wyniki badania popularności tej formy wypożyczania aut zaprezentowano na rysunkach, które są odzwierciedleniem odpowiedzi na pytania – pierwsze dotyczyło płci ankietowanych (rys. 1).



Rysunek 1. Płeć respondentów
Źródło: opracowanie własne.

Warto podkreślić, że zdecydowana większość osób, które wzięły udział w badaniu to kobiety (66%), mężczyźni stanowili 34% ankietowanych.

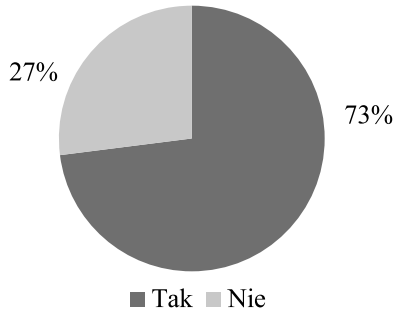
Badanie obejmowało oznaczenie wieku osób biorących udział w badaniu popularności usługi carsharingu oraz dotyczyło grupy młodych dorosłych (rys. 2).



Rysunek 2. Wiek respondentów z podziałem na grupy wiekowe
Źródło: opracowanie własne.

W tym przypadku najliczniejszą grupą okazały się osoby w wieku od 20 do 21 lat, które stanowiły 40% badanych, kolejno w odzwierciedleniu procentowym, w uporządkowaniu malejącym, grupy wiekowe prezentowały się następująco – od 24 do 25 lat (25%), od 22 do 23 lat (20%), od 18 do 19 lat (15%).

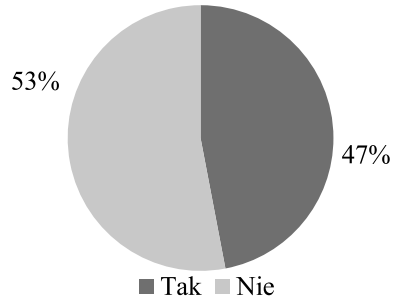
Badanie statystyczne kierowane było do wszystkich osób z przedziału wiekowego 18–25 lat, bez względu na to, czy posiadały one prawo jazdy kategorii B (rys. 3).



Rysunek 3. Posiadanie prawa jazdy kategorii B
Źródło: opracowanie własne.

W badaniu popularności usługi carsharingu wzięło udział 100 osób, z których 73% posiada prawo jazdy kategorii B, natomiast 27% nie legitymuje się uprawnieniami do prowadzenia samochodu.

O popularności carsharingu decyduje przede wszystkim wiedza o istnieniu i funkcjonowaniu usługi w najbliższym otoczeniu (rys. 4).

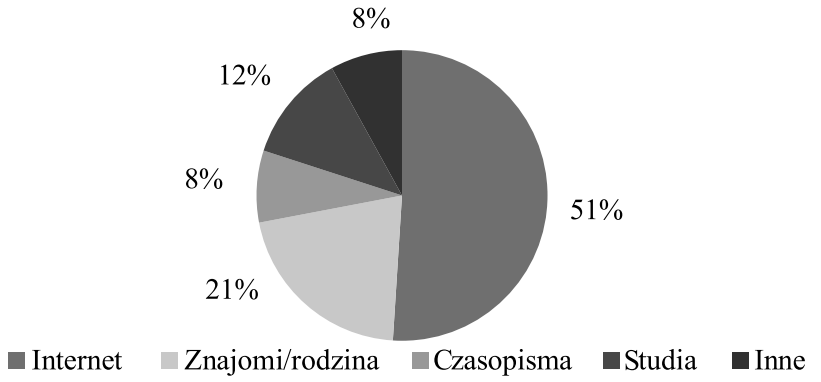


Rysunek 4. Pojęcie carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

W tym przypadku 53% respondentów nie była w stanie zidentyfikować usługi, natomiast 47% z nich wiedziała czym jest *carsharing*. Można zatem stwierdzić, że w przebadanej grupie

szczecinian przeważały osoby, które nie zetknęły się z terminem carsharing, co świadczy o niekorzystaniu z tej usługi.

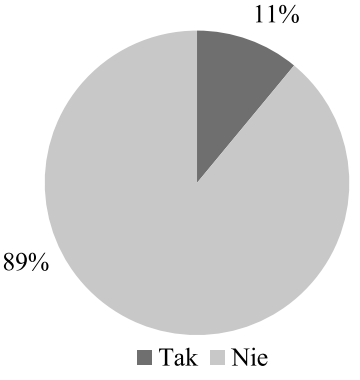
Carsharing jest stosunkowo nową usługą w Polsce, zatem wzrost jej popularności zależy w dużej mierze od reklamy i rozpowszechniania wiedzy na jej temat (rys. 5).



Rysunek 5. Sposób czerpania wiedzy o carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Jako źródło wiedzy o carsharingu 51% respondentów wskazywało internet, 21% ankietowanych dowiedziało się o carsharingu od rodziny lub znajomych, 12% uzyskało wiedzę o tej usłudze w czasie studiów, 8% z czasopism a kolejne 8% ankietowanych czerpało wiedzę z innych źródeł.

Korzystanie z usługi świadczy o jej popularności (rys. 6).

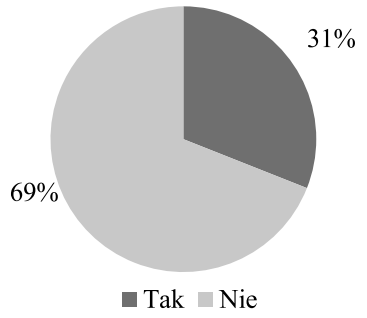


Rysunek 6. Korzystanie z usługi carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 6 zobrazowano odpowiedź na jedno z kluczowych pytań odzwierciedlających popularność usługi. Na pytanie, czy młodzi szczecinianie korzystają z carsharingu, 89% odpo-

wiedziało negatywnie, twierdzącej odpowiedzi udzieliło jedynie 11% ankietowanych, co świadczy o tym, że w tej grupie respondentów usługa carsharingu jest mało popularna.

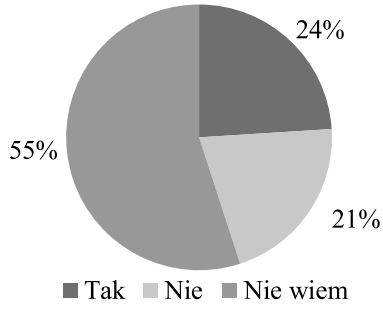
Zdecydowana większość ankietowanych nie korzystała z carsharingu, jednak inaczej przedstawia się sam pomysł korzystania z usługi, który może być przesłanką do ponownego rozważenia carsharingu w przyszłości (rys. 7).



Rysunek 7. Zamiar korzystania z carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

W tym przypadku 69% ankietowanych rozważała korzystanie z carsharingu, co może świadczyć o tym, że w przyszłości osoby te skorzystają z usługi, pozostałe 31% osób nie brało pod uwagę korzystania z carsharingu.

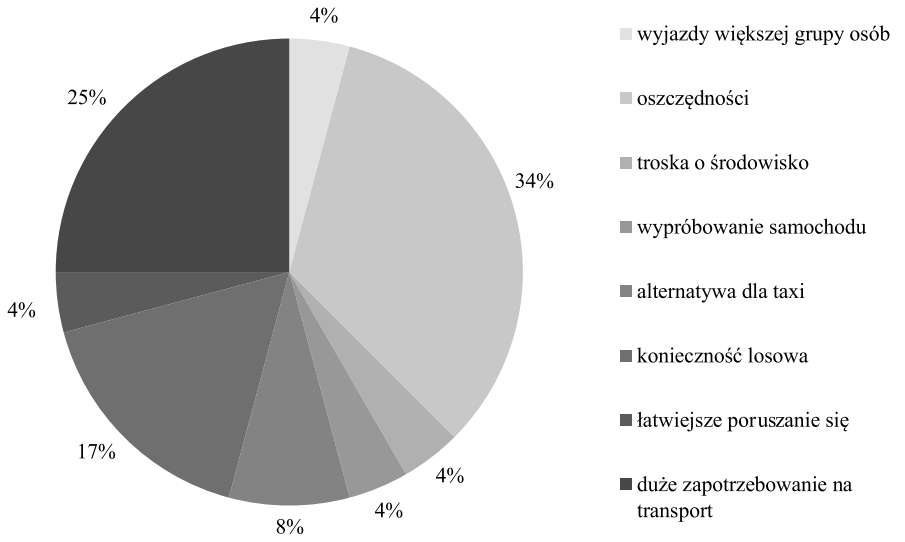
Wzrost popularności usługi może zostać odnotowany zależnie od zapotrzebowania na tę usługę. Im częściej *carsharing* będzie postrzegany jako potrzebny, tym częściej zainteresowani będą z niego korzystać (rys. 8).



Rysunek 8. Istotność carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Ankietowani w odpowiedzi na pytanie, czy uważają *carsharing* za potrzebny, w 55% odpowiedzieli „nie wiem", 24% osób twierdzi, że usługa jest potrzebna, a 21% uważa, że *carsharing* nie jest potrzebny.

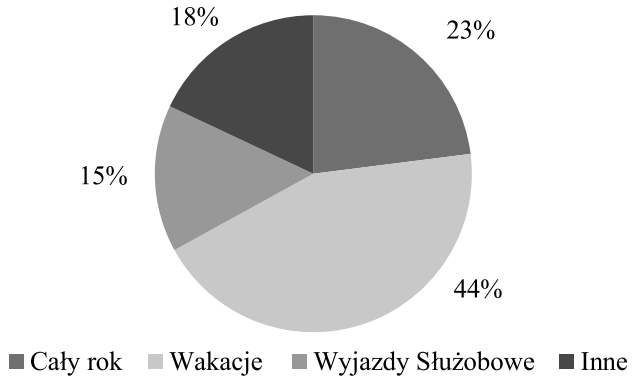
Sama odpowiedź na pytanie, czy *carsharing* powinien funkcjonować w Szczecinie, ze względu na potencjalne zainteresowanie młodych osób, nie daje jednoznacznego wskazania, dlatego na rysunku 9 wskazano przykładowe powody, dla których, według respondentów, warto korzystać z tej usługi.



Rysunek 9. Powody korzystania z carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Na pytanie, dlaczego ankietowany uważa *carsharing* za potrzebny, odpowiedziały 24 osoby (zgodnie z udzieloną odpowiedzią twierdzącą na pytanie, czy uważa się *carsharing* za usługę potrzebną – rys. 8). Według 34% osób oszczędności są najistotniejszym czynnikiem wyboru usługi, 25% ankietowanych uważa, że względnie wysokie zapotrzebowanie na transport spowoduje wybór carsharingu, 17% osób wskazało na losowość zdarzeń, 8% respondentów postrzega *carsharing* jako alternatywę dla taksówki, 4% określa usługę jako potrzebną ze względu na troskę o środowisko, a także jako możliwość oceny samochodu przed zakupem własnego oraz łatwość przemieszczanie się z miejsca na miejsce, także w przypadku większej liczby osób.

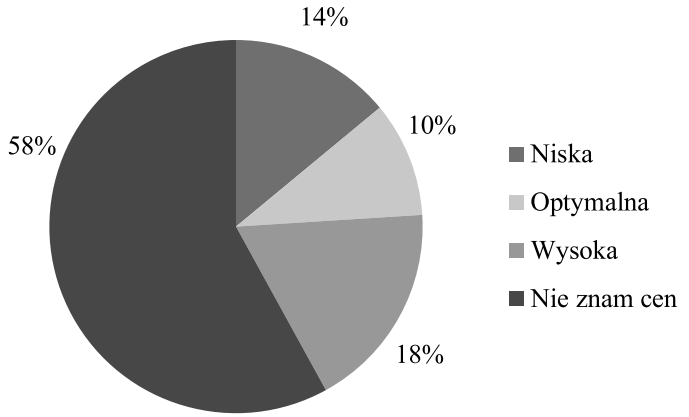
Carsharing może stać się usługą sezonową – okres wakacyjny lub przerwy świąteczne mogą wpływać na częstotliwość korzystania z usługi (rys. 10).



Rysunek 10. Okres korzystania z carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 10 zaprezentowano przykładowy okres korzystania z carsharingu – 44% osób korzystałoby z usługi w okresie wakacyjnym, 23% przez cały rok, 15% ankietowanych wskazało wyjazdy służbowe, a 18% wyróżnia inny czas korzystania z usługi.

Popularność carsharingu jest uwarunkowana również przez ceny usługi, dlatego istotna jest odpowiedź na pytanie, czy cena usługi jest odpowiednia i dostosowana do portfela klienta (rys. 11).

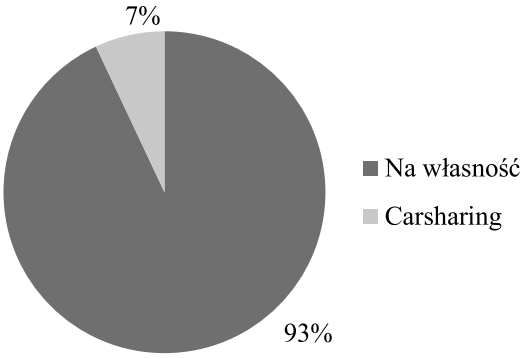


Rysunek 11. Cena za usługę *carsharing*
Źródło: opracowanie własne.

Większość ankietowanych nie zna cen za usługę *carsharing* (58%), 18% uważa, że *carsharing* jest drogi, 14% uznało cenę za niską, a 10% twierdzi, że cena jest optymalna.

Ważnym wyborem młodego kierowcy jest zakup samochodu. Tak było do niedawna, dopóki nie pojawiły się przedsiębiorstwa carsharingowe. Posiadanie pojazdu wiąże się z wieloma koszta-

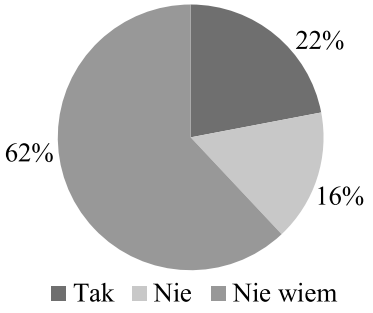
mi i odpowiedzialnością, niemniej jednak odpowiedź na pytanie o wybór między carsharingiem a zakupem pojazdu na własność przedstawiono na rysunku 12.



Rysunek 12. Wybór pomiędzy własnym samochodem a usługą *carsharing*
Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość ankietowanych wybrała posiadanie pojazdu na własność (93%), jedyne 7% osób wybrałoby *carsharing*. Świadczy to o tym, że młodzi kierowcy cenią bardziej poczucie niezależności, które wynika z posiadania własnego samochodu, nawet mimo większych kosztów utrzymania.

Na ostatnie pytanie, czy *carsharing* może stać się popularny, młodzi, dorośli szczecinianie nie udzielili jednoznacznej odpowiedzi (rys. 13).



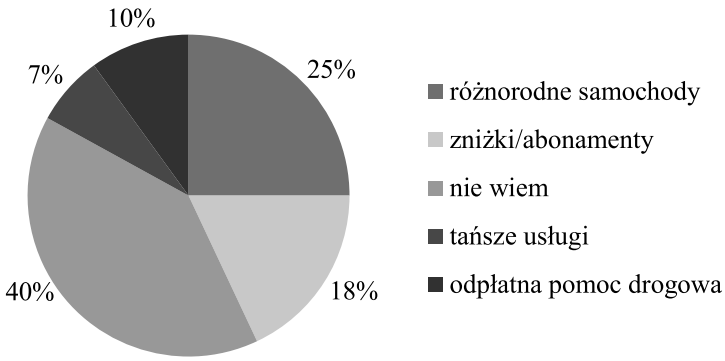
Rysunek 13. Przyszłe postrzeganie usługi carsharingowej w Szczecinie
Źródło: opracowanie własne.

62% młodych szczecinian nie było w stanie określić, czy usługa zyska popularność, 22% uważa, że w przyszłości nastąpi wzrost popularności usługi, a 16% uważa, że *carsharing* nie stanie się popularny.

PODSUMOWANIE

Na podstawie odpowiedzi osób biorących udział w badaniu ankietowym można wnioskować, że usługa *carsharing* wśród młodych dorosłych w Szczecinie nie jest obecnie popularna, zdecydowanie preferują zakup własnego pojazdu (93% ankietowanych), 53% ankietowanych nie spotkało się z pojęciem *carsharing*, a osoby, które znają usługę korzystałyby z niej raczej sezonowo (44% respondentów deklaruje okres wakacyjny).

Na wzrost popularności carsharingu może wpływać szeroka gama produktów lub rozpowszechnianie informacji o korzystnych cenach usługi oraz możliwości uniknięcia wielu kosztów wiążących się z posiadaniem własnego pojazdu. Ankietowani, którzy spotkali się z terminem *carsharing* zdecydowanie deklarują obniżenie kosztów korzystania z pojazdu w ramach tej usługi jako jej największy atut (36% ankietowanych). Jako zalecenia dla przedsiębiorstw świadczących usługi carsharingowe ankietowani wskazali kilka opcji, które mogą być przesłanką do wzrostu jej popularności (rys. 13).



Rysunek 14. Przesłanki, które mogą spowodować wzrost popularności carsharingu
Źródło: opracowanie własne.

Według respondentów na wzrost popularności carsharingu może wpłynąć duży wybór samochodów (25%), zniżki i abonamenty na usługi dla stałych klientów (18%), odpłatna pomoc drogowa w ramach usługi (10%) oraz obniżka cen usługi (7%).

LITERATURA

Bochyńska, N. (2018). *Rynek carsharingu to prawdziwy ewenement. Przyjmuje konkurencję z radością*. Pobrane z: https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/rynek-carsharingu-to-prawdziwy-ewenement,75,0,2399819.html (7.08.2019).

Co to jest carsharing. Pobrane z: https://4mobility.pl/co-to-jest-carsharing/#zalety (7.08.2019).

Kubera, M. (2018). Geneza i rozwój carsharingu w Polsce. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie*, *18*, 119–133.

Olejniczak, M., Mendakiewicz, A. (2018). Analiza wykorzystania systemu car-sharing i jednoosobowych samochodów elektrycznych. W: U. Motowidlak, D. Wronkowski, A. Reńda (red.), *Różne oblicza logistyki. Zbiór prac studentów* (s. 191–200). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Szwejser, D. (2018). Car-sharing: regulacje prawne i perspektywy rozwoju. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów Uniwersytetu Jagiellońskiego. Nauki Społeczne*, *2* (21), 137–148.

Popularity of carsharing service on the example of Szczecin city for age group 18–25 years

SUMMARY

Carsharing is a business model whose goal is to rent a car for a short time. It is attractive for people using the car sporadically and for those who would like to have access to a particular type of car for a specific occasion. The aim of the article is to analyze and evaluate the popularity of a car rental service for minutes, among a selected age group on the example of the city of Szczecin.

KEYWORDS

popularity, carsharing

Translated by Monika Krezymon, Krystian Stróżewski