

# Żyjąc w świecie pożyczonym – sharing economy zamiast redystrybucji dochodów

*Living in the borrowed world – sharing economy instead of redistributing income*

Wioleta Gawęł, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Typ artykułu:** artykuł przeglądowy.

**Źródło finansowania badań i artykułu:** środki własne Autorki.

**Cytowanie:** Gawęł W., (2018) *Żyjąc w świecie pożyczonym – sharing economy zamiast redystrybucji dochodów*, „Rynek-Społeczeństwo-Kultura” nr 1(27), s. 38-41, <https://kwartalnikrsk.pl/Artykuly/RSK1-2018/RSK1-2018-Gawel-Sharing-economy.pdf>

STRESZCZENIE

Rosnąca popularność ekonomii współdzielenia zauważalna jest zwłaszcza wśród młodych ludzi. Kierując się hasłami elastyczności, mobilności i nowoczesności, chętnie decydują się na używanie dóbr, zamiast ich posiadania. Ponadto pojawia się moda na tego typu konsumpcję, która dodatkowo zwiększa zainteresowanie sharing economy. Pojawiają się nowe odmiany ekonomii współdzielenia, jak i formy zawierania transakcji. Nurt ten posiada jednak wiele wad, a nawet niespójności. Kryteria go warunkujące są niemożliwe do stworzenia w rzeczywistości, w której jest wdrażany. Sytuacja ta skłania do refleksji nad rzeczywistą rolą sharing economy. W artykule przedstawione zostaną założenia koncepcji sharing economy oraz ich odniesienie do rzeczywistości. Na tej podstawie podjęta zostanie próba odnalezienia znaczenia sharing economy w kontekście warunków gospodarczych po kryzysie w 2008 roku.

**Słowa kluczowe:** ekonomia współdzielenia, redystrybucja, zagrożenia.

ABSTRACT

The growing popularity of the sharing economy is noticeable especially among young people. Guided by the slogans of flexibility, mobility and modernity, they willingly decide to use goods instead of possessing them. In addition, there is a fashion for this type of consumption, which further increases the interest in sharing economy. There are new varieties of sharing economics and forms of concluding transactions. However, this trend has many disadvantages and even inconsistencies. The criteria that condition it, are impossible to create in the reality in which it is implemented. This situation makes us reflect on the real role of sharing economy. The article will present the assumptions of the sharing economy concept and their reference to reality. On this basis, an attempt will be made to find the meaning of sharing economy in the context of economic conditions after the crisis of 2008.

**Keywords:** redistribution, sharing economy, threat.

## Wstęp

Postępujące procesy globalizacyjne przyczyniają się do wzrostu nierówności dochodowych w krajach rozwiniętych. Rządy w takich sytuacjach często podejmują decyzje o zwiększaniu wydatków socjalnych. Dzięki podatkom i transferom socjalnym, współczynnik Giniego w takich krajach nie wykazuje dysproporcji, jakie w rzeczywistości wynikają z odniesienia do samych dochodów w społeczeństwie. Proces ten prowadzi do zwiększania się przedstawicieli reprezentujących klasę średnią (Milanovic 2011: 79-85). Jednocześnie w krajach rozwiniętych coraz większą popularnością cieszy się koncepcja ekonomii współdzielenia (ang. *sharing economy*), której głównym założeniem jest eliminowanie stanu posiadania dóbr, na rzecz ich ciągłego wypożyczania. Koncepcja ta propagowana jest sloganami mobilności, elastyczności i troski o środowisko. W artykule zostały przedstawione rozważania nad rzeczywistym znaczeniem sharing economy w kontekście łagodzenia nierówności dochodowych w sposób pozorny. Ekonomia współdzielenia nie daje stanu posiadania, a jedynie pozwala na użytkowanie dóbr i usług. Z drugiej strony, z punktu widzenia efektywności, jest to wystarczające do zaspokojenia potrzeb wynikających z konsumpcji dóbr i usług.

## Sharing economy – geneza i podstawowe założenia

Wprowadzenie terminu sharing economy zawdzięczamy pracy powstałej w 1978 roku pt. *Community Structure and Collaborative*

*Consumption: A routine activity approach*, której autorami są Marcus Felson i Joe L. Spaeth. W publikacji tej po raz pierwszy zostało użyte pojęcie sharing economy, spotykane również w polskim tłumaczeniu jako wspólna konsumpcja, ekonomia współdzielenia, czy po prostu ekonomia dzielenia się. Autorzy definiują sharing economy jako konsumowanie dobra lub usługi poprzez angażowanie się we wspólne aktywności z innymi konsumentami. Jako przykłady podają korzystanie z pralni, wspólne użytkowanie samochodu (Felson, Spaeth 1978: 614-624). Funkcjonują również anglojęzyczne synonimy dla sharing economy. Zamiennie używane są takie zwroty jak: peer-to-peer economy, mesh, collaborative economy, collaborative consumption. Niemniej jednak nurt ten stanowi system społeczno-gospodarczy, odnoszący się do podziału dóbr, a także zasobów ludzkich. Swoim zasięgiem pojęciowym obejmuje wspólną produkcję, kreację, dystrybucję, handel, a przede wszystkim wspólną konsumpcję dóbr i usług (*What is the Sharing Economy?* 2016).

Rozwój ekonomii dzielenia się został zdeterminowany kilkoma czynnikami. Przede wszystkim po kryzysie 2008 roku, miliony rodzin na całym świecie zderzyły się ze swoim zadłużeniem, wywołanym przez nabywanie dóbr. W wyniku recesji cena za baryłkę ropy skoczyła do 147 dolarów, pojawił się problem siły nabywczej i miliony ludzi straciło zatrudnienie. Dostatni tryb życia spowodował, że w 2008 roku zadłużenie amerykańskich gospodarstw domowych sięgnęło 13,9 biliona dolarów. Natomiast ekonomiści określają, że dzisiejsza młodzież nigdy nie osiągnie takiego poziomu życia, jak ich rodzice i dziadkowie. Spowodowane jest to nie tylko innym podej-

ściem do posiadania, ale przede wszystkim mniejszą dostępnością do kapitału. Ten nadmierny konsumpcjonizm, jak go określa Jeremy Rifkin, spowodował, że w obliczu kryzysu gospodarstwa domowe zaczęły się zastanawiać nad sensem posiadania coraz większej ilości dóbr. Jednocześnie ten okres prosperity spowodował nieodwracalne efekty środowiskowe, co jak podkreśla autor, również wpłynęło na wrażliwość konsumentów (Rifkin 2016: 257-258).

Narodziny sharing economy można podzielić na cztery fazy. Pierwsza z nich to nieograniczone dzielenie się kodami przez programistów. Druga faza obejmuje popularyzację portali społecznościowych, głównie Facebook'a i Twitter'a, gdzie użytkownicy mogą się dzielić swoimi przeżyciami. Trzecia faza dotyczyła współdzielenia się kreatywnością poprzez takie platformy jak YouTube i Flickr. Natomiast teraz mamy czwartą fazę, która zakłada, że poprzez technologię można dzielić się dobrami ze świata rzeczywistego. Taka wspólna konsumpcja pozwala na czerpanie korzyści z użytkowania dobra lub usługi bez konieczności posiadania go na stałe. Pozwala w ten sposób na oszczędności finansowe, znika problem przechowywania dobra, a także przyczynia się do poznawania nowych ludzi. Większość współczesnych transakcji sharing economy dzieje się na styku Internetu i świata rzeczywistego. Stąd też nurt ten szczególnie jest rozwijany przez młodych ludzi. Internet bowiem jest dla nich czymś, bez czego nie wyobrażają sobie funkcjonowania, i to w nim toczy się ich życie. Dlatego też w tym pokoleniu zmienił się stosunek do własności, która stała się możliwością optymalizacji życia. Młodzi ludzie bardziej od posiadania cenią możliwość użytkowania danej rzeczy (Rifkin 2016: 257-258). Jednocześnie wymóg mobilności, stawiany młodym ludziom przez pracodawców, współgra z koncepcją sharing economy. Nie posiadając własności, mogą szybko zmienić miejsce zamieszkania, jak też nie są dla nich problemem częste podróże. Do rozważenia pozostaje natomiast sam fakt, czy taki model został narzucony przez rynek, czy rzeczywiście takiego wyboru dokonało pokolenie Internetu.

### Rodzaje i przykłady ekonomii współdzielenia

Zainteresowanie koncepcją sharing economy spowodowało, że powstało szereg odmian tego zjawiska, wykraczających poza wy pożyczalnie, spółdzielnie czy wspólnoty. Pojawiły się banki czasu, które funkcjonują na zasadzie wykonywania usług, w zamian za co zarobkiem jest czas, który można wydatkować oddając do zrobienia zadanie innemu użytkownikowi banku czasu. Zaczęły funkcjonować też lokalne systemy wymiany handlu (LETS). Inicjowane są przez lokalne społeczności i przez nie kontrolowane. Polegają one głównie na tworzeniu bazy lokalnych mieszkańców, wraz z przedmiotami i usługami, przypisywanymi do konkretnej osoby, z których można korzystać w ramach wymiany dóbr i usług w danej społeczności. Do łask wróciła również wymiana barterowa, pomijająca w transakcji pieniądź. W przypadku sharing economy ciekawą rolę odgrywa waluta wirtualna – bitcoin, która nie podlega kontrolom instytucji finansowych, natomiast stanowi pieniądź używany na wielu platformach (Stępniewicz 2012). Popularne stały się wymiany dóbr, jak ubrań (ang. *clotheswap*) czy zabawek (ang. *toyswap*). Idea cohousing polega natomiast na wydzielaniu części wspólnej z całkowicie oddzielonych mieszkań i przeznaczanie jej pod wspólne użytkowanie, np. w postaci pralni, kuchni czy placu zabaw. *Couchsurfing* – polega na oferowaniu darmowego noclegu turystom poprzez platformę, która

swoim zasięgiem obejmuje cały świat. Platformy crowdfundingowe spełniające zadanie finansowania społecznego, na dzień dzisiejszy są tak popularne, że można na nich wspierać przykładowo pomysły biznesowe, spełnianie marzeń, akcje charytatywne czy działalność artystów. *Coworking*, to forma wynajmu pomieszczeń pod zastosowanie biurowe, z których korzystają głównie freelancerzy oraz osoby wykonujące pojedyncze zlecenia dla firm. Bardziej rozbudowaną formą są wirtualne biura, które oprócz biurka do pracy, pozwalają na rejestrację firmy pod swoim adresem oraz świadczą usługi w zakresie obsługi korespondencji. *Carpooling* polega na współdzieleniu samochodu z pasażerami, którzy jadą do tego samego celu. *Roomsharing* to natomiast wynajmowanie swojego pokoju na krótkie okresy czasu, najczęściej dla turystów (Wardak, Zalega 2013: 7-32).

Badaczki Rachel Botsman i Roo Rogers dokonały analizy przypadków sharing economy i sklasyfikowały je w trzy ogólne grupy. Pierwsza z grup to systemy usług produktywnych. Ich istota opiera się na tym, że dotyczą działalności firm. Opiera się to na decyzji przedsiębiorstw o udostępnianiu swoich produktów, za pewną opłatą, osobom trzecim, dotyczyć to może chociażby rowerów czy paneli słonecznych. Często też oferują usługi serwisowe i dodatkowe do używanego sprzętu. Dzięki takiej praktyce cykl życia produktu jest wydłużony, co sprawia, że praktyka ta jest przyjazna dla środowiska naturalnego. Drugą grupą wydzieloną przez badaczki są rynki redystrybucyjne. Za ich pośrednictwem indywidualni użytkownicy wymieniają się używanymi przedmiotami. Tutaj obecne są zarówno wymiany barterowe, jak również te za pośrednictwem pieniądza wirtualnego lub rzeczywistego. Bez względu jednak na rodzaj transakcji, wydłużana jest długość życia produktu, co również wiąże się z odpowiedzialną konsumpcją. Ostatnia z form sharing economy związana jest z nowym stylem życia i nazywana *collaborative lifestyle*. Współkonsumowanie staje się sposobem na życie, pozwala na tworzenie nowych relacji społecznych, zarówno w otoczeniu lokalnym, jak i globalnym (Botsman, Rogers 2010: 30-39).

### Wyzwania związane z sharing economy

Wszystkie odmiany sharing economy oparte są na zaufaniu. W dzisiejszej rzeczywistości, gdzie tradycyjne kontakty międzyludzkie ustępują miejsca relacjom internetowym, budowanie zaufania wydaje się być jeszcze trudniejsze. Dzięki relacjom z rodziną, przyjaciółmi, wzajemnej pomocy i wsparciu budowany był kapitał społeczny. Ciągłe interakcje i rozmowy spajały społeczność. Takie zachowania zostały jednak zatracone na rzecz poświęcania swojego wolnego czasu w celu ciągłego zwiększania majątku. Budowanie społeczności przeniosło się natomiast do rzeczywistości internetowej, w której ludzie spędzają coraz więcej czasu (Putnam 2000: 134-147).

Wszyscy przedsiębiorcy próbujący wdrażać modele biznesowe oparte na kolaboratywnej konsumpcji zgodnie podkreślają, że powodzenie ich biznesów warunkowane jest zaufaniem społecznym (Gansky 2010: 54). W tym aspekcie rozwój sharing economy zdaje się przeczyć pewnym tendencjom społecznym. Jednak mimo to, idea ta jest popularyzowana i propagowana przez różne grupy interesu. Oddolne inicjatywy zawdzięczamy organizacjom trzeciego sektora, które promują aspekty związane z odpowiedzialną konsumpcją i poszanowaniem środowiska naturalnego. Jednak zauważyć należy również, że koncepcja ta jest promowana poprzez działania odgórne.

W czerwcu 2016 roku Komisja Europejska opublikowała Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się. Przedstawia w nim wytyczne, mające za zadanie budować ufność w takiej gospodarce, zarówno po stronie konsumentów i przedsiębiorców, jak i organów administracji.

Ma stanowić również zachętę do angażowania się w ten sektor, który Komisja ocenia jako dynamiczny szacując, że w 2015 roku osiągnięto w nim 28 miliardów Euro przychodów. Natomiast zgodnie z wynikami Eurobarometru, 52% obywateli UE ma świadomość istnienia takiego nurtu gospodarczego, a 17% korzystało z takich usług przynajmniej raz – badanie zakończone zostało w styczniu 2016 roku (Komisja Europejska 2018). Do tego przekazu należy jednak podejść z pewną dozą ostrożności. Oprócz zachęt propagowania tego sektora gospodarki, w niniejszym programie, spory obszar jest poświęcony problemowi unikania podatków poprzez tego typu działalność. Można zatem się pokusić o stwierdzenie, że Komisja Europejska bardziej obawia się strat w wyniku nieszczerłego systemu podatkowego, aniżeli oczekuje wzrostu gospodarczego idącego za sharing economy.

Pomimo krótkiej historii sharing economy, zostało już udokumentowanych szereg nadużyć z nią związanych. Jednym z bardziej spektakularnych przykładów jest sytuacja jaka miała miejsce poprzez korzystanie z serwisu AirBnB, świadczącego usługi w zakresie zakwaterowania w różnych miejscach na świecie. W czerwcu 2011 roku jeden z domów tak wynajmowanych, został zdewastowany i okradziony. Odbiło się to na reputacji platformy i spowodowało wprowadzenie dodatkowych mechanizmów ochrony, wykraczających poza ludzkie zaufanie (Arrington 2011). W tym samym roku, działalność musiała zakończyć platforma HiGear, zajmująca się wynajmowaniem luksusowych samochodów pomiędzy użytkownikami. W wyniku działalności platformy doszło do kradzieży luksusowych aut o łącznej wartości 400 000 dolarów amerykańskich. Nie pomogły tutaj żadne zabezpieczenia, takie jak: depozyty finansowe, numery kart kredytowych, ubezpieczenie oraz identyfikacja użytkowników (Perez 2012).

Wizja społeczeństwa, które ze szczytnych pobudek i w myśl wielkich idei, jak zahamowanie trendu konsumpcjonizmu oraz ochrona środowiska naturalnego, została bardzo mocno zachwiana przez szereg przypadków nadużyć w procesie kolaboratywnej konsumpcji. Zaczęto tworzyć mechanizmy chroniące obie strony interesu. Jednym z najbardziej popularnych narzędzi ochrony jest zamieszczanie ocen przez samych użytkowników na platformach świadczących tego typu usługi. W ten sposób przyszli konsumenci opierają swoje oceny o opinie wcześniejszych użytkowników danego dobra czy usługi (Wardak, Zalega 2013: 7-32). Zastanawiająca jest jednak wiarygodność opinii internetowych, zwłaszcza, że istnieje wysoka świadomość co do ich wpływu na decyzje podejmowane przez potencjalnych konsumentów. Dowodzi tego szereg raportów, jak chociażby ostatni raport *M-commerce. Kupuję mobilnie 2015* (E-commerce Polska 2018).

Innym rozwiązaniem mającym na celu zabezpieczyć transakcje jest łączenie kont użytkowników razem z tymi, które posiadają w serwisach: Facebook, Twieter, Google+ lub LinkedIn. Ma to stanowić w pewnym stopniu zniszczenie anonimowości w Internecie (Wardak, Zalega 2013). Jednak trzeba zauważyć, że znowu jest to oparte na zaufaniu, wobec tego, że informacje zamieszczane przez użytkowników w Internecie są prawdziwe, a nie tworzą oni alter ego, czując całkowitą wolność i realizując autokreację w Internecie. Opinie

badaczy wskazują, że użytkownicy często podejmują się takich praktyk i kreują w Internecie nową, lepszą wersję siebie. Tworzą postać, która ma przedstawiać obraz, w wersji której chcieliby być (Gromkowska 1999: 36-49).

Serwisy ekonomi współdzielenia, w celach bezpieczeństwa, gromadzą od użytkowników takie dane jak numery telefonu, adresy mailowe oraz numery kart kredytowych. Z drugiej strony natomiast, platformy pośredniczące w procesie konsumpcji współdzielonej uzyskują certyfikaty potwierdzające swoją wiarygodność, takie jak np: VeriSign Trusted czy Trusted Site. Rozwiązaniem, na które zdecydowały się platformy są również centra zaufania i wsparcia, dostępne 24 godziny na dobę. Takie rozwiązanie wdrożył wcześniej wspomniany serwis AirBnB. Wszystkie zaprezentowane zadania mają na celu zwiększenie zaufania zarówno do samych serwisów, jak i do użytkowników funkcjonujących w ramach danej platformy (Wardak, Zalega 2013: 7-32). Skuteczność mechanizmów pozostawia jednak nadal wiele do życzenia, niemniej jednak samo ich funkcjonowanie zaczyna zaprzeczać hasłom, pod którymi jest popularyzowana sharing economy, mówiącymi o zaufaniu i budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Można je zamienić (zgodnie z faktami) na: budujemy społeczeństwo obywatelskie oparte na kontroli i wzajemnym braku zaufania.

### Poszukiwanie rzeczywistego znaczenia sharing economy

W perspektywie młodego pokolenia, które nie potrafi odnaleźć się na rynku pracy, nie widzi możliwości samodzielnego życia, przez co coraz później decyduje się na samodzielność i wyprowadzenie się od rodziców – w grupie 18-25 lat 73% młodych ludzi mieszka z rodzicami, a w wieku 26-30 42% (*Finansowy portret młodych* 2014), sharing economy wydaje się być jedynym sposobem na życie. Stwarza pozory posiadania tego, co nigdy nie będzie w zasięgu ręki. Pozwala udawać, że nie potrzebuje się mieć swojego mieszkania czy domu w myśl elastyczności i mobilności. Brak zdolności kredytowej, a co za tym idzie brak możliwości realizacji swoich przedsięwzięć, zmusza młodych ludzi do poszukiwania innych rozwiązań. W taki sposób przedstawia się prawdziwa przyczyna zainteresowania finansowaniem społecznościowym.

Formułowanie tez, mówiących że nowe pokolenia chcą takiego życia, wydaje się jednak zbyt daleko idące. Takie hipotezy mają raczej na celu kreowanie nowego nurtu w głowach młodych ludzi, którzy dzięki popularyzacji medialnej zyskują bezkrytyczne przeświadczenie o tym, że jest to nowoczesny i modny styl życia. Stanowczą większość literatury, artykułów i badań przedstawiających w sposób optymistyczny zjawisko sharing economy, wzbudza wątpliwości co do profesjonalizmu i odpowiednio dobranej metodologii badań. Przykładowo raport *Nowy typ konsumentów i gospodarka oparta na współdzieleniu* przygotowany przez agencję Havas Worldwide, przedstawia optymistyczną opinię na temat współdzielenia aż 73% Polaków, a badaniami zostało objęte 502 osoby z całej Polski (Zgiep 2014). Natomiast konfrontując powyższy raport z danymi GUS, 78% respondentów (14 tysięcy przebadanych osób) nie ufa innym ludziom (GUS 2015). Dla przypomnienia jest to najważniejszy fundament dla szerzenia się ekonomi współdzielenia. Natomiast w czasopiśmie popularnonaukowym panuje tendencja bezkrytycznego podejścia do tego zagadnienia. Przykładowo maga-

zyn BRIEF wskazuje na pozytywną zmianę społeczną dzięki ekonomii współpracy oraz na zacieśnianie więzi społecznych (Brief 2016), nie podejmuje natomiast refleksji nad realnością takiego następstwa, pomijając kwestię maksymalizacji korzyści i egoizmu konsumenta. Forbes natomiast twierdzi, że w Polsce idea ta rozwija się dynamicznie, nie przedstawiając wobec takiego sformułowania żadnych danych, a jedynie entuzjastyczne wypowiedzi właścicieli firm, a tak naprawdę w większości przykładów start upów, które jeszcze nie odnalazły swojego modelu biznesowego i nie osiągnęły progu rentowności (Forbes 2015).

W obliczu takich opinii, o wiele trafniejszym sformułowaniem odnośnie niepojętego entuzjazmu szerzenia sharing economy byłoby stwierdzenie, że młodzi ludzie nie chcą zaciągać kredytów na około 30 lat (Bankier 2013), by posiadać mieszkanie, a potem popaść w długi, jak to się stało z ich rodzicami, głównie po kryzysie z 2008 roku. Sharing economy pozwala uwierzyć, że elastyczne życie, pozbawione posiadania, jest nie tylko wygodne, ale również satysfakcjonujące i modne. Propagowanie takiego stylu życia jest bezpieczne w społeczeństwach, gdzie diametralnie zmienił się status majątkowy z pokolenia na pokolenie i wzorce czerpane od rodziców są już niemożliwe do osiągnięcia. Dzięki koncepcji wspólnej konsumpcji, możliwym jest zachowanie poziomu życia na podobnym pułapie z pominięciem aspektu gromadzenia dóbr. Widząc takie podłoże, szerzenie tego nowego nurtu może być celem wielu gospodarek, które nie potrafią w inny sposób poradzić sobie z narastającymi problemami, takimi jak rosnąca dysproporcja dochodów. Na dzień dzisiejszy transfery socjalne w Polsce są w stanie udźwignąć ten ciężar, jednak pogłębianie się tej tendencji, zmusi do poszukiwania nowych rozwiązań, które już dziś powinny być przygotowywane.

### Podsumowanie

Stosunkowo młody termin sharing economy, zyskał na popularności w ostatnich latach. Pojawiło się szereg odmian nurtu pozwalającego na wspólną konsumpcję, a nawet waluta wirtualna, przeznaczona dla tego nowego rozwiązania gospodarczego. Doniesienia medialne, kierowane *stricte* do młodych ludzi, połączone z identyfikacją charakterystycznych cech nowego pokolenia pozwalają uwierzyć, że jest to inicjatywa oddolna odpowiadająca nowej wirtualnej rzeczywistości. Ponowne zastanowienie się nad tą koncepcją ukazuje jednak pewne niespójności, ujawniające się w czynnikach determinujących rozwój koncepcji.

Spółczeństwo, w którym jest ogromny kryzys zaufania, nie może w sposób efektywny wykształcić koncepcji, która na tym zaufaniu się opiera. Stąd też pojawił się szereg mechanizmów zabezpieczeń takich transakcji. Ponadto, bliższe przyjrzenie się informacjom serwowanym przez media, pozwala na dostrzeżenie, że wnioski mówiące o sukcesie wspólnej konsumpcji są zbyt pochopne i nie podparte rezultatami z rzeczywistości gospodarczej.

Sama koncepcja natomiast prowadzi do transakcji zawieranych przez indywidualne osoby z pominięciem systemu podatkowego, co do zasady wzbudza zainteresowanie organów zajmujących się regulacją podatkową.

Cieężko jednoznacznie stwierdzić, że koncepcja sharing economy, jak to na wstępie zostało zasugerowane, jest odpowiedzią na brak możliwości dostatniego życia. Jednak przeprowadzona analiza wskazuje, że jedynym powodem rozwoju tej koncepcji nie jest świa-

domość konsumencka i troska o środowisko. Bardzo duże znaczenie ma tu czynnik finansowy, który też jest wyjątkowo mocno ekspozowany przy popularyzacji tej koncepcji. Argumentowanie rozwoju wspólnej konsumpcji, poprzez zmianę podejścia młodych ludzi, też wydaje się być nie do końca zasadne. Podkreślana elastyczność i mobilność są bardziej sloganami wygodnymi dla pracodawców, którzy mają problem z zaangażowaniem młodych ludzi w miejscu pracy (*Pierwsze kroki na rynku pracy. Międzynarodowe badanie studentów i absolwentów* 2013). Niewątpliwie jednak ten temat wymaga dalszej analizy i próby odnalezienia rzeczywistych przyczyn rozwoju i popularyzacji sharing economy.

### Bibliografia

1. Arrington M., (2011) *The Moment of Truth for Airing as User's Home is Utterly Trashed* TechCrunch, <https://techcrunch.com/2011/07/27/the-moment-of-truth-for-airbnb-as-users-home-is-utterly-trashed> [18.05.2018].
2. Bankier, (2018) <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Rekordowe-kredyty-hipoteczne-nawet-na-50-lat-2764509.html> [18.05.2018].
3. Botsman R., Rogers R., (2010) *Beyond Zipcar: Collaboration Consumption*, "Harvard Business Review", 88(10).
4. Brief, (2016) [http://www.brief.pl/artykul,4176,ekonomia\\_wspolpracy\\_w\\_polsce\\_2016\\_](http://www.brief.pl/artykul,4176,ekonomia_wspolpracy_w_polsce_2016_) [18.05.2018].
5. E-commerce Polska, (2016) *Izba Gospodarki Elektronicznej, M-commerce. Kupuję mobilnie 2015*, [http://www.ecommercepolska.pl/files/6314/8068/4456/M-commerce\\_Kupuje\\_mobilnie\\_2.0\\_listopad\\_2016\\_3.pdf](http://www.ecommercepolska.pl/files/6314/8068/4456/M-commerce_Kupuje_mobilnie_2.0_listopad_2016_3.pdf) [18.05.2018].
6. *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się* (2018) [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-2001\\_pl.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_pl.htm) [29.05.2018].
7. Felson M., Spaeth J., (1978) Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach, "American Behavioral Scientist", 21 (March–April).
8. *Finansowy portret młodych*, (2014) Wrocław: Millward Brown.
9. Forbes, (2018) <http://pierwszymilion.forbes.pl/polskie-firmy-z-ekonomii-wspoldzielenia-sharing-economy-,artykuly,193020,1,1.html> [21.05.2018].
10. Gansky L., (2010) *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, New York: Penguin Books.
11. Główny Urząd Statystyczny, (2016) *Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.*, Warszawa: GUS.
12. Gromkowska A., (1999) *Tożsamość w cyber-przestrzeni – (re)konstrukcje i (re)prezentacje*, „Kultura Współczesna” nr 3.
13. Komisja Europejska, (2018) <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/2/translations>. [21.05.2018].
14. *M-commerce. Kupuję mobilnie 2015*, (2018) <http://www.ecommercepolska.pl/pl/o-nas/aktualnosci/listopad/nowy-raport-m-commerce-kupuje-mobilnie-juz-dostepny/>. [28.05.2018].
15. Milanovic B., (2011) *The Haves and the have-nots*, New York: Basic Books.
16. Perez S., (2012) *Luxury Car-sharing Sservice HiGear Shuts Down Due to Theft*, <https://techcrunch.com/2012/01/01/luxury-car-sharing-service-higear-shuts-down-due-to-theft/> [28.05.2018].
17. *Pierwsze kroki na rynku pracy. Międzynarodowe badanie studentów i absolwentów*, (2013) Warszawa: Deloitte.
18. Putnam R., (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon & Schuster.
19. Rifkin J., (2016) *Spółczeństwo zerowych kosztów krańcowych*, Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
20. Stępniewicz R., (2012) *Kolaboratywna konsumpcja. Nowy model biznesowy?* <http://archive.is/r5gc> [28.05.2018].
21. Wardak P., Zalega T., (2013) *Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki*, „Studia i Materiały”, Warszawa: Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski.
22. *What is the Sharing Economy?* (2018) <http://www.thepeoplewhoshare.com/> [28.05.2018].
23. Zgiep Ł., (2014) *Sharing economy jako ekonomia przyszłości*, „Myśl ekonomiczna i polityczna” nr 4.

