

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Wydział Nauk Ekonomicznych

mgr Łukasz Zgiep

**Uwarunkowania rozwoju sektora gospodarki  
funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy**

Determinants of the development of the economy sector functioning in collaborative  
economy model

Praca doktorska

Doctoral thesis

Praca wykonana pod kierunkiem  
dr hab. Ludwika Wickiego, prof. SGGW  
WNE, SGGW w Warszawie

Recenzenci:  
dr hab. Krzysztof Firlej, prof. UEK  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
dr hab. Roman Sobiecki, prof. SGH  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Warszawa 2017



## **Podziękowanie**

Dziękuję mojemu Tacie Bogdanowi Zgiep, za wsparcie podczas całego pięcioletniego okresu studiów doktoranckich oraz przygotowywania przeze mnie niniejszej rozprawy. Bez jego wsparcia oraz zachęcania do ukończenia przeze mnie dysertacji, pewnie nie zostałaby ona ukończona w planowanym terminie.





### Oświadczenie promotora pracy

Oświadczam, że niniejsza praca została przygotowana pod moim kierunkiem i stwierdzam, że spełnia ona warunki do przedstawienia jej w postępowaniu o nadanie stopnia naukowego.

Data .....

Podpis promotora pracy.....

### Oświadczenie autora pracy

Świadom odpowiedzialności prawnej oświadczam, że niniejsza praca doktorska została napisana przeze mnie samodzielnie i nie zawiera treści uzyskanych w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami.

Oświadczam również, że przedstawiona praca nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem stopnia naukowego w wyższej uczelni.

Oświadczam ponadto, że niniejsza wersja pracy jest identyczna z załączoną wersją elektroniczną.

Data .....

Podpis autora pracy.....



## **Streszczenie**

### **Uwarunkowania rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy**

W pracy podjęto problematykę identyfikacji oraz rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce i na świecie. Ekonomia współpracy w pracy określana jest jako collaborative economy (angielskie określenie przyjęte przez KE). Za cel naukowy rozprawy przyjęto identyfikację najważniejszych czynników rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według ekonomii współpracy w Polsce. Dane do badań pochodziły ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Dane pierwotne zgromadzono z wykorzystaniem ankiety wśród 1518 osób. Dane wtórne pochodziły z raportów branżowych, etc. GUS.

W wyniku przeprowadzonych badań ustalono, że 42,8 % internautów skorzystało już z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy, a 90% jest już świadomych ich oferty. W dużych ośrodkach miejskich (ponad 500 000 mieszkańców), większość badanych osób korzysta z platform ekonomii współpracy - 62,3%, natomiast w miastach średniej wielkości (100 000 - 500 000 mieszkańców) użytkownicy stanowią prawie połowę respondentów (49,3%).

Głównym motywem skłaniającym do korzystania z platform ekonomii współpracy były czynniki ekonomiczne, następnie ekologiczne oraz społeczne. Ustalono, że regularni użytkownicy platform ekonomii współpracy to najczęściej ludzie młodzi do 35 roku życia, mieszkańcy dużych miast. Przeprowadzone badania mogą być podstawą do stwierdzenia, że w Polsce sektor gospodarki funkcjonujący w modelu ekonomii współpracy ma perspektywy do dalszego rozwoju. Obecnie oferta usług tego sektora jest w Polsce znacznie mniejsza, niż obserwowana w USA. Należy podkreślić, że rozwój sektora ekonomii współpracy wiąże się również z różnymi zagrożeniami, np. z możliwością nadmiernej koncentracji, monopolizacji i prowadzić do upadku tradycyjnych modeli biznesowych.

W wyniku przeprowadzonych badań rozpoznano uwarunkowania i potencjał rozwoju sektora gospodarki w Polsce funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy. Ten oparty na innowacjach model biznesowy wydaje się mieć istotne

możliwości rozwoju wraz z popularyzacją dostępu do technologii informatycznych i przełamywaniem oporu przed zmianami.

Słowa kluczowe: ekonomia współpracy, ekonomia, rozwój, gospodarka

## **Summary**

### **Determinants of the development of the economy sector functioning in collaborative economy model**

This dissertation deals with the issues of identification and development of the economy sector functioning in line with the model of cooperative economy in Poland and around the world. The economics of collaboration in the dissertation is referred to "collaborative economy" (the English term adopted by the European Commission). The scientific aim of the dissertation was to identify the most important factors for the development of the economy sector functioning according to the collaborative economy in Poland. Data for the study came from primary and secondary sources. Primary data was collected using a survey of 1,518 people. Secondary data came from several industry reports, e.g. GUS.

The research found that 42.8% of Internet users have already used the services of companies operating in the collaborative economy model, and 90% of Internet users are aware of these services. In large cities (with more than 500,000 inhabitants), the majority (62.3%) of respondents use collaborative economy platforms, while in medium size cities (with 100,000 - 500,000 inhabitants) nearly half (49.3%) of the respondents do so.

The main motivators for using collaborative economy platforms were, in order of importance, economic, then ecological and finally social. It has been established that regular users of collaborative economy platforms are most often young people up to the age of 35 and residents of large cities.

The conducted points to the conclusion that in Poland, the economy sector functioning in the model of collaborative economy has prospects for further development. Currently there are fewer services in this sector offered in Poland than in the USA. It also needs to be pointed out that there are associated possible downsides with the development of the collaborative economy, such as the possibility of over-concentration, monopolization and undermining of traditional business models.

As a result of the conducted research, the conditions and potential of the development of the economy sector in Poland functioning according to the model of collaborative economy were recognized. This innovation-based binational model seems to have significant development opportunities, with the popularization of access to information technology and the overwhelming resistance to change.

Key words: collaborative economy, economy, development



Wstęp	13
1. Metodyka badań	15
1.1. Cele i hipotezy badawcze	15
1.2. Źródła danych wykorzystanych w pracy i techniki ich pozyskania	16
1.3. Zastosowane metody badawcze	17
2. Uwarunkowania rozwoju ekonomii współpracy w ujęciu teoretycznym	19
2.1. Historyczne podejście do współpracy	19
2.2. Przegląd definicji związanych z ekonomia współpracy	24
2.3. Ewolucja definicji i pojęć dotyczących ekonomii współpracy	27
2.4. Przyczyny rozwoju ekonomii współpracy	29
2.5. Relacja ekonomii współpracy i innych teorii ekonomicznych	34
3. Charakterystyka i obecny stan rozwoju ekonomii współpracy	43
3.1. Branża transportowa (obszary, koszty i korzyści)	49
3.2. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży transportowej	62
3.3. Branża nieruchomości (obszary, koszty i korzyści)	65
3.4. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży nieruchomości	74
3.5. Branża finansowa (obszary, koszty i korzyści)	76
3.6. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży finansowej	82
4. Ogólna charakterystyka badań własnych	87
4.1. Pytania główne	89
4.2. Pytania dotyczące zaufania	98
4.3. Pytania na temat terminologii oraz stylu życia	102
4.4. Pytania kontrolne oraz metryczka	108
5. Czynniki wpływające na funkcjonowanie sektora gospodarki według modelu ekonomii współpracy w Polsce	109
5.1. Ocena według kategorii korzyści	109
5.2. Badanie jakościowe	114
5.3. Czynniki rozwoju przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy - wyniki badania jakościowego	114
5.4. Podsumowanie	118
6. Demograficzne uwarunkowania korzystania z platform ekonomii współpracy w Polsce.	121
6.1. Analiza wyników badania płci	122
6.2. Analiza wyników badania według wieku	125
6.3. Analiza wyników badania według miejsca zamieszkania	130

6.4. Analiza wyników badania według wykształcenia	133
6.5. Pozostałe czynniki wpływające na korzystanie z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy w Polsce	136
6.6. Ocena znaczenia wszystkich czynników	141
7. Rozwój ekonomii współpracy, a tradycyjne sektory gospodarki	147
7.1. Planowane przyszłe korzystanie z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce	149
7.2. Zestawienie postaw badanych wobec zmian wynikających z ekonomii współpracy	156
7.3. Ocena doświadczeń z korzystania z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce	159
7.4. Skłonność do poleceń usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce	161
7.5. Wpływ rekomendacji w serwisach świadczących usługi w modelu ekonomii współpracy w Polsce	163
7.6. Zakończenie	165
8. Rozwój sektora ekonomii współpracy i najważniejsze uwarunkowania	167
8.1. Dynamika dotychczasowego rozwoju	167
8.2. Zagrożenia związane z monopolizacją	168
8.3. Rozwój ekonomii współpracy w Polsce	170
9. Podsumowanie	179
Bibliografia	185
Aneks	191



# Wstęp

Ekonomia współpracy (ang. collaborative economy) to nowe zjawisko, które w szybkim tempie rewolucjonizuje sposób funkcjonowania gospodarki. Tempo rozwoju technologii jeszcze nigdy w historii świata nie było tak szybkie, dlatego niezbędne są badania nowej ekonomii oraz jej dynamicznego wpływu na rozwój ekonomiczny. Dotyczy to zarówno rozwoju technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych, a także urządzeń autonomicznych i internetu rzeczy. W celu przygotowania dysertacji dokonano szczegółowego przeglądu literatury polskiej oraz zagranicznej. Autor zbierając materiał badawczy oraz identyfikując zjawisko ekonomii współpracy brał udział w licznych konferencjach w Polsce oraz zagranicą. W poniższej rozprawie znaleźć można elementy rozpoznania zjawiska ekonomii współpracy, nomenklatury oraz, przede wszystkim, wyniki autorskich badań dotyczących collaborative economy w Polsce. Dzięki nowoczesnym technologiom ekonomia współpracy umożliwia znaczący wzrost efektywności wielu procesów biznesowych w większości dotychczasowych branż oraz gałęziach gospodarki. Istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że ekonomia współpracy określana również mianem czwartej rewolucji przemysłowej może stać się ogromną szansą dla Polaków i zapewnić im szybszy wzrost dobrobytu oraz poprawę jakości życia.

W pracy pojęcie ekonomia współpracy bywa stosowane zamiennie z pojęciem collaborative economy i w rozumieniu autora oznacza to samo. Początki ekonomii współpracy opisano w Stanach Zjednoczonych w 1978 roku, jednakże wtedy rozwój technologiczny stał na dużo niższym poziomie niż w XXI wieku. Prawie trzy dekady później, na przełomie 2015 oraz 2016 roku Komisja Europejska przeprowadziła konsultacje społeczne we wszystkich krajach członkowskich, których efektem był dokument z wytycznymi dotyczącymi wspierania przez kraje rozwoju collaborative economy.

Coraz częściej tematyka nowych modeli biznesowych collaborative economy staje się tematem poruszonym przez naukowców, polityków, urzędników, dziennikarzy. Staje się ona powodem publicznej dyskusji, ponieważ wywiera coraz większy wpływ na życie oraz pracę wielu osób w Polsce i na świecie. Niniejsza praca to pierwsza rozprawa doktorska, która w kompleksowy sposób przedstawia zjawisko ekonomii współpracy.

Autor wyraża nadzieję, że opracowanie będzie stanowiło punkt odniesienia dla przyszłych badaczy oraz przedsiębiorców planujących rozwój przedsiębiorstw opartych na nowych modelach biznesowych.

W pierwszej części rozprawy (rozdziały 2 i 3) opisano uwarunkowania rozwoju ekonomii współpracy w ujęciu teoretycznym. Przedstawiono również wynik analizy dotychczasowych opracowań naukowych w tematyce ekonomii współpracy w Polsce i na świecie. Weryfikacji zostały poddane modele biznesowe collaborative economy z podziałem na branże gospodarki. Podjęto próbą przedstawienia polskich przedsiębiorstw funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy.

W drugiej części dysertacji (rozdziały 4, 5, 6 i 7) zostały przedstawione wyniki badań własnych autora przeprowadzonych w 2015 roku na terytorium Polski. Oba badania miały charakter pionierski i po raz pierwszy w Polsce tak szczegółowo zbadano modele biznesowe zjawiska ekonomii współpracy. Przeprowadzone badania pozwoliły na weryfikację postawionych hipotez badawczych i przyczyniły się do lepszego rozpoznania collaborative economy w Polsce.

Zachęcam do zapoznania się z wynikami mojej rozprawy oraz podsumowania i wniosków, które zawierają syntezę wszystkich analiz, a także możliwe kierunki rozwoju collaborative economy w Polsce.

# 1. Metodyka badań

## 1.1. Cele i hipotezy badawcze

Za cel naukowy rozprawy przyjęto identyfikację najważniejszych czynników rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według ekonomii współpracy w Polsce. Wyróżniono również następujące cele szczegółowe:

1. Określenie powiązania teorii ekonomii współpracy z innymi teoriami ekonomicznymi.
2. Określenie najważniejszych obszarów i kierunków rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy na świecie i w Polsce.
3. Określenie korzyści dla konsumentów w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym wynikających z funkcjonowania i rozwoju sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii współpracy.
4. Określenie związku cech demograficznych, ekonomicznych i społecznych konsumentów z zakresem korzystania przez nich z oferty sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce.
5. Określenie barier rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce.
6. Określenie potencjału rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce.

Na podstawie dostępnej na etapie przygotowywania pracy wiedzy oraz przeglądu literatury postawiono następujące hipotezy badawcze:

1. Najważniejszym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie sektora gospodarki według modelu ekonomii współpracy w Polsce są korzyści ekonomiczne uzyskiwane przez konsumentów.
2. Wśród czynników demograficznych istotnie wpływających na poziom korzystania z oferty podmiotów z sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy przez konsumentów dominuje wiek.

3. Rozwój sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii współpracy, stanowi konkurencję dla dotychczasowych rozwiązań w obszarach swojego funkcjonowania.

## 1.2. Źródła danych wykorzystanych w pracy i techniki ich pozyskania

Dane niezbędne do realizacji założonych celów oraz weryfikacji postawionych hipotez zostały podzielone na dwie grupy: dane pierwotne i wtórne. Okres realizacji badań: 21.01.2016 – 29.02.2016. Podmiotem odpowiedzialnym za prawidłowe techniczne przeprowadzenie badania był Instytut ABR SESTA w Warszawie, który od ponad 20 lat zajmuje się badaniami ilościowymi w Polsce.

Pierwsze badanie, ilościowe, zostało przeprowadzone metodą CAWI (computer-assisted web interviewing) – badanie panelowe na próbie 1518 konsumentów w Polsce. Dobór próby do badania był celowy, warstwowy odzwierciedlający populację internautów w Polsce ze względu na cechy demograficzne (wiek, płeć, miejsce zamieszkania, wykształcenie). Najważniejszymi miernikami, które zostały wykorzystane do opisu zjawiska ekonomii współpracy są:

- 1) odsetek użytkowników obszarów ekonomii współpracy,
- 2) odsetek badanych korzystających z oferty w ramach ekonomii współpracy,
- 3) częstość korzystania ogółem z obszarów ekonomii współpracy,
- 4) częstość korzystania z oferty podmiotów oferujących usługi w modelu ekonomii współpracy według wybranych kryteriów: demograficznych oraz ekonomicznych.

Drugie badanie - jakościowe - zostało przeprowadzone jako pogłębione wywiady (IDI) z przedstawicielami i założycielami 10 firm funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy w Polsce. Badanie jakościowe ma charakter dodatkowy uzupełniający w stosunku do badania ilościowego.

Kryteria wyboru były następujące:

- a. tylko polskie przedsiębiorstwa – założone i zarejestrowane w Polsce,

- b. założone przez obywateli Polski,
- c. działające na terytorium Polski oraz za granicą,
- d. oferujące produkty i/lub usługi w modelu ekonomii współpracy,
- e. okres badania: 01.03.2016 – 30.04.2016.

Dane wtórne pochodziły z raportów wiodących firm konsultingowych, raportów branżowych, raportów rządowych, badań naukowych innych autorów oraz bazy Głównego Urzędu Statystycznego. Dane pierwotne zebrano w ramach dwóch własnych badań. Wykorzystano dane przedstawione przez:

- Główny Urząd Statystyczny (GUS) – w zakresie demografii oraz struktury polskich internautów,
- raporty rządowe oraz wiodących firm konsultingowych: Pricewaterhouse Coopers (PwC), Deloitte, Ernst & Young (EY), Piper Jaffray, Hospitality Net – North America dotyczące ekonomii współpracy,
- wyniki badań prezentowane w literaturze krajowej i zagranicznej.

### 1.3. Zastosowane metody badawcze

W analizie danych ilościowych uzyskanych w trakcie badania wykorzystano następujące metody badawcze w celu weryfikacji istnienia zależności między czynnikami i ich charakteru:

- analiza struktury,
- test zgodności Chi-kwadrat,
- współczynnik V-Cramera,
- współczynnik C-Pearsona.

Współczynniki Chi-kwadrat, V-Cramera oraz C-Pearsona zostały wykorzystane w celu weryfikacji hipotez. W pierwszej kolejności były badane współzależności pomiędzy badanymi cechami. Następnie, w przypadku występowania współzależności pomiędzy zmiennymi dokonywano pogłębionej analizy oraz weryfikowano zależności z użyciem testów V-Cramera oraz C-Pearsona.

Dla większej przejrzystości danych, aby czytelnik mógł wyrobić sobie swoje własne zdanie na temat ekonomii współpracy, rozdział 4 ma charakter bardziej

techniczny, niż analityczny. Zawarto w nim szczegółowy opis metodyki badania oraz wykorzystanych metod. Analiza wyników została przedstawiona w rozdziałach 5, 6 oraz 7. Kwestionariusz ankiety wykorzystanej w badaniach ilościowych znajduje się w załączniku nr 1 w aneksie.

## 2. Uwarunkowania rozwoju ekonomii współpracy w ujęciu teoretycznym

Teoria ekonomii współpracy jest nowa i nie jest jeszcze bardzo szczegółowo opisana w literaturze przedmiotu. Prawdopodobnie z perspektywy czasu niniejsza rozprawa doktorska będzie przeglądem istniejących teorii oraz punktem wyjścia do dalszych analiz oraz estymacji związanych z rozwojem collaborative economy. W rozdziale przedstawiono historyczne podejście człowieka do współpracy oraz zestawiono główne pojęcia, które pojawiły się w ostatnich latach w odniesieniu do tego zjawiska. Ekonomia współpracy wciąż dynamicznie ewoluuje – jest to domeną młodych, innowacyjnych modeli biznesowych w XXI wieku, które nie osiągnęły dojrzałości rynkowej. W literaturze zagranicznej (głównie Europy zachodniej oraz USA) tematyka collaborative economy została już w dużej mierze zidentyfikowana i powstało wiele publikacji naukowych na ten temat. W Polsce powstała do tej pory tylko jedna monografia w 2016 roku w Szkole Głównej Handlowej pt. „Sharing economy”<sup>1</sup>. W niniejszym rozdziale zestawiono teorie ekonomii, które mają bezpośredni lub pośredni związek z ekonomią współpracy.

### 2.1. Historyczne podejście do współpracy

Współpraca nie jest zjawiskiem nowym – towarzyszyła ona rodzajowi ludzkiemu od samego początku. Historia niejednokrotnie pokazywała, że dzięki współpracy ludzie mogą osiągnąć więcej. W 1978 roku M. Felson i J. L. Spaeth z University of Illinois at Urbana-Champaign zdefiniowali pojęcie wspólnej konsumpcji (ang. collaborative consumption). W swoim artykule opisują wspólną konsumpcję jako zjawisko przynoszące wymierne korzyści<sup>2</sup>. Strony internetowe www oraz internet, jaki znamy dziś, nie istniały w 1978 roku, a dostęp do technologii informacyjnych był bardzo ograniczony. Można jednak stwierdzić, iż Felson i Spaeth definiując zjawisko

---

<sup>1</sup> M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki, SHARING ECONOMY (gospodarka współdzielenia), Oficyna Wydawnicza SGH, 2016.

<sup>2</sup> M. Felson, J. L. Spaeth, Community Structure and Collaborative Consumption, American Behavioral Scientist, vol 21 No. 4 March/April, Sage Publications Inc, Champaign, 1978, str. 622.

collaborative consumption stworzyli podwaliny do zdefiniowania szerszego zjawiska które w XXI wieku rozwinęło się bardzo dynamicznie na skalę globalną – collaborative economy.

Zjawisko ekonomii współpracy to przykład innowacji społecznej, która ma kierunek oddolny (z ang. bottom-up) – na początku bardzo wąska grupa osób mających bezpośrednio do czynienia z danym zjawiskiem wpada na pomysł, jak można dany element usprawnić, a następnie sprawdzają swoją koncepcję w praktyce. Wiele z przedsięwzięć ekonomii współpracy miało właśnie takie początki – Uber – założyciele T. Kalanick i G. Camp w 2008 roku po zakończeniu bardzo dużej konferencji Le Web w Paryżu mieli problem z zamówieniem taksówki i wpadli na pomysł rozwiązania tego problemu poprzez aplikację używaną w telefonach, która w 2015 roku była wyceniana na 62 mld dolarów. Podobnie było w przypadku Airbnb – założyciele w 2007 roku nie mieli pieniędzy na opłacenie czynszu za wynajmowane mieszkanie w San Francisco – umieścili ogłoszenie w internecie, że wynajmą w swoim mieszkaniu 3 materace w zamian za 80 dolarów od osoby i tak rozpoczęli tworzenie firmy wycenianej w 2015 roku na 20 mld dolarów.

M. Jaeger-Erben, J. Ruckert-John oraz M. Schafer w swoim obszernym artykule przeanalizowali schemat powstawania innowacji społecznych związanych z zrównoważoną konsumpcją<sup>3</sup>. Działania podmiotów wg modelu ekonomii współpracy są dobrym przykładem dla współczesnych form realizacji idei zrównoważonego (trwałego) rozwoju i zrównoważonej konsumpcji. Autorzy ci wyróżnili 3 etapy powstawania innowacji w ekonomii współpracy.

1. Zmiana lub zakwestionowanie obecnych praktyk społecznych – pojawienie się agentów, którzy rozwiązują dany problem w inny sposób, niż dotychczasowe rozwiązania (np. założyciele Uber lub Airbnb).
2. Wybór alternatywnych rozwiązań lub elementy praktyk oraz implementacja eksperymentalna – próba nowych rozwiązań danego problemu – testowanie, różnych modeli biznesowych. Na początku Uber był aplikacją za pośrednictwem

---

<sup>3</sup> M. Jaeger-Erben, J. Ruckert-John, M. Schafer, Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices, Journal of Cleaner Production, Volume 108, Part A, 2015, str. 786.



której oferowano przejazdy tylko luksusowymi samochodami<sup>4</sup>, a Airbnb przez kilka miesięcy nie rozwijał się ponieważ założyciele nie przywiązywali wystarczającej uwagi do jakości zdjęć wystawionych pomieszczeń w internecie<sup>5</sup>.

3. Stabilizacja praktyk społecznych – ostatni etap, w którym nowo przyjęte rozwiązania stają się powszechnie znane oraz stosowane. W 2015 roku poprzez aplikację oferowano przejazdy w 383 miastach na całym świecie, a z wykorzystaniem pośrednictwa Airbnb tylko 1 dnia nocowało na świecie od 500 000 do 800 000 osób.

Zdaniem przywołanych wyżej autorów ekonomia współpracy (w połączeniu z tradycyjnymi formami konsumpcji) może potencjalnie stać się realną alternatywą dla obecnych rozwiązań głównego nurtu, które będą ogrywały coraz mniejszą rolę. Kluczowym elementem w tym procesie jest odpowiednia legislacja dla form współpracy i ich promocja poprzez preferencyjne opodatkowanie tak, aby w społeczeństwie zmaksymalizować korzyści płynące z ekonomii współpracy<sup>6</sup>. W 2015 roku Komisja Europejska rozpoczęła pracę nad identyfikacją zjawiska ekonomii współpracy (ang. collaborative economy) w celu podjęcia próby jej regulacji. Skala innowacji jakie wprowadziły przedsiębiorstwa ekonomii współpracy, takie jak Uber, czy Airbnb były powodem, dla którego także wielu naukowców rozpoczęło badania w tym zakresie oraz nad ich wpływem na całą gospodarkę. Usługi o porównywalnej jakości są znacząco tańsze, niż ich tradycyjne odpowiedniki. Powoduje to, że mniej formalne formy usług zaczynają być konkurencyjne w stosunku do istniejących rozwiązań. Zjawisko tej zmiany przedstawiają dwa modele ewolucji rynku pod wpływem ekonomii współpracy. Pierwsza wersja modelu (rys. 1) przedstawiona została w 1992 roku<sup>7</sup> i udoskonalona w 2014 roku<sup>8</sup> przedstawia zestawienie wszystkich możliwych uczestników – organizacji w gospodarce dzieląc je na ze względu na 3 zmienne: własności, dochodowości oraz

---

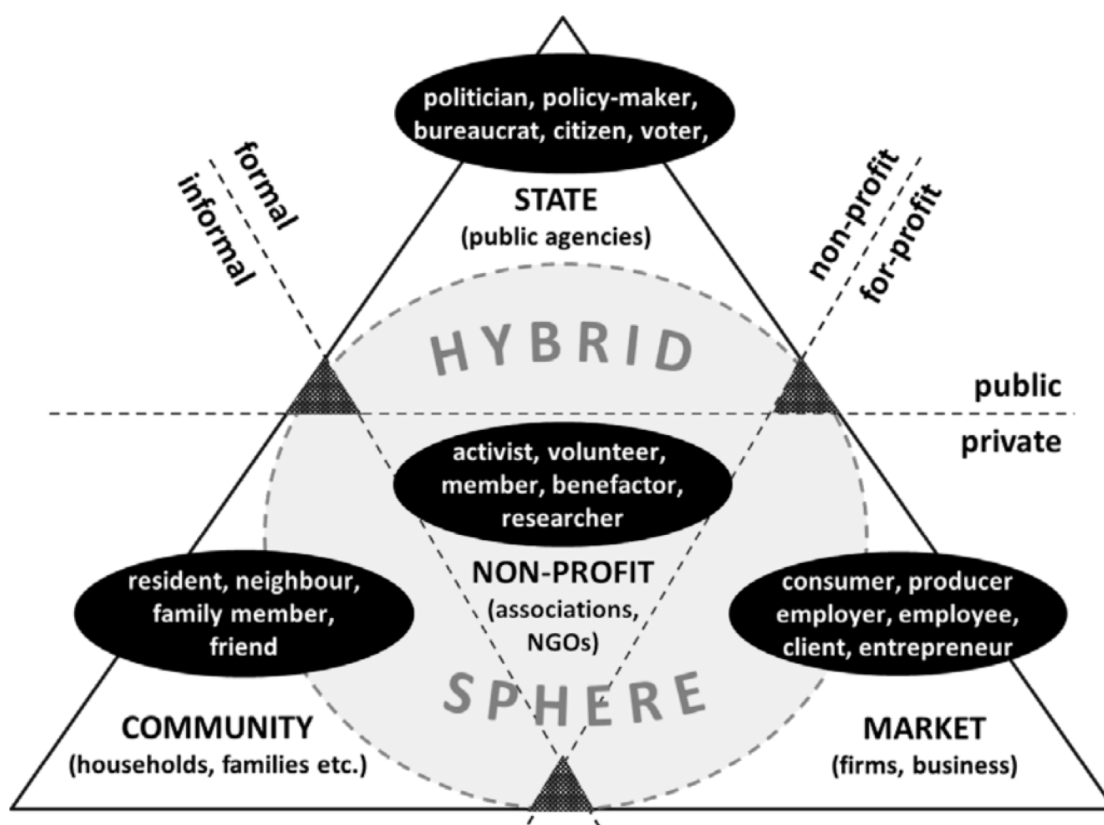
<sup>4</sup> [www.uber.com/our-story/](http://www.uber.com/our-story/) (odczyt 29.02.2016)

<sup>5</sup> [www.notes.fundersandfounders.com/post/82297315548/how-airbnb-started](http://www.notes.fundersandfounders.com/post/82297315548/how-airbnb-started) (odczyt 29.02.2016)

<sup>6</sup> M. Jaeger-Erben, J. Ruckert-John, M. Schafer, op. cit., str. 793.

<sup>7</sup> V. Pestoff, *The Third Sector and the Democratization of the Welfare State - Revisiting the Third Sector and State in Democratic and Welfare Theory*, Mid Sweden University, 2006, str. 67.

<sup>8</sup> F. Avelino, A. Dumitru, N. Longhurst, J. Wittmayer, S. Hielscher, P. Weaver, C. Cipolla, R. Afonso, I. Kunze, J. Dorland, M. Elle, B. Pel, T. Strasser, R. Kemp, A. Haxeltine, *Transitions towards New Economies? A Transformative Social Innovation Perspective* TRANSIT Working Paper #3, 2015, str. 16.



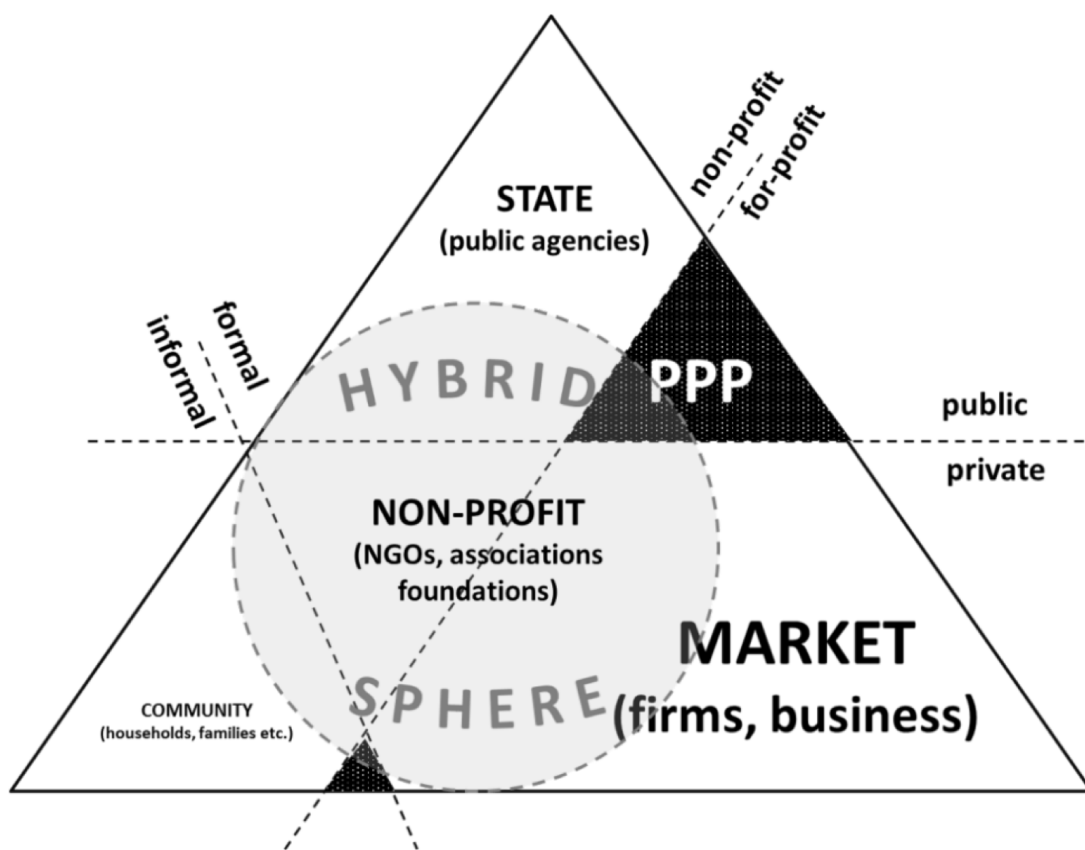
Rysunek 1. Perspektywa multi-actor w gospodarce

Źródło: F. Avelino, A. Dumitru, N. Longhurst, J. Wittmayer, S. Hielscher, P. Weaver, C. Cipolla, R. Afonso, I. Kunze, J. Dorland, M. Elle, B. Pel, T. Strasser, R. Kemp, A. Haxeltine, *Transitions towards New Economies? A Transformative Social Innovation Perspective* TRANSIT Working paper#3, 2015, str. 16.

sformalizowania. Jest to model określający zależności pomiędzy różnego rodzaju podmiotami w przeszłości, przed pojawieniem się internetu oraz możliwości wymiany P2P<sup>9</sup>. Druga wersja modelu (rys. 2) przedstawia gospodarkę po pojawieniu się innowacyjnych przedsiębiorstw ekonomii współpracy. Autorzy twierdzą, że przesunięcie krzywej sformalizowania nie jest efektem przeniesienia części dóbr i usług do strefy nieformalnej, a wręcz przeciwnie zwiększenia się rynku formalnego w którym luka naturalnie została zastąpiona przez usługi w modelu ekonomii współpracy, takimi jak np. Uber i Airbnb<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> P2P – peer-to-peer – możliwość komunikacji się pomiędzy jednostkami w ekonomii P2P oznacza możliwość komunikowania się konsumentów pomiędzy sobą.

<sup>10</sup> F. Avelino, A. Dumitru, N. Longhurst, J. Wittmayer, S. Hielscher, P. Weaver, C. Cipolla, R. Afonso, I. Kunze, J. Dorland, M. Elle, B. Pel, T. Strasser, R. Kemp, A. Haxeltine, op. cit., str. 19.



Rysunek 2. Zmiana zależności pomiędzy polami instytucji

Źródło: F. Avelino, A. Dumitru, N. Longhurst, J. Wittmayer, S. Hielscher, P. Weaver, C. Cipolla, R. Afonso, I. Kunze, J. Dorland, M. Elle, B. Pel, T. Strasser, R. Kemp, A. Haxeltine, op. cit., str. 19.

Modele biznesowe collaborative economy<sup>11</sup> wprowadzają nowe formy świadczenia usług na dotychczasowych rynkach. Często zmiany te powodują bardziej efektywne zaspokajanie potrzeb. Ekonomia współpracy wprowadza usprawnienia w różnych procesach biznesowych dotychczasowych usług. Dzięki nowoczesnej technologii możliwe jest bardziej efektywne wykorzystanie dostępnych zasobów. W myśl teorii integracyjnej (ang. contingency theory) na rozwój nowego biznesu wpływają różne kombinacje nowych połączeń<sup>12</sup>:

- technologii,
- produktu,
- oraz rynku.

<sup>11</sup> Pojęcie ekonomia współpracy jest używane zamiennie z pojęciem collaborative economy; są to pojęcia tożsame w rozważaniach stosowanych w tej pracy.

<sup>12</sup> J. Tidd, J. Bessant, K. Pavitt, Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. 3rd Edition. Haddington: Scotprint, 2005, str. 64.

Modele ekonomii współpracy spełniają wszystkie 3 kryteria, wykorzystując nowe, powszechnie dostępne technologie, oferując nowe produkty i usługi oraz tworząc nowe rynki. W zależności od etapu rozwoju nowych usług może dochodzić do zwiększenia rozmiaru danego rynku oraz do zastępowania nowych usług nowymi. Według szacunków na dojrzałym rynku w Nowym Jorku<sup>13</sup> pojawienie się Ubera na rynku w początkowej fazie spowodowało, iż coraz więcej ludzi zaczęło korzystać z nowej formy transportu (były to osoby, które przed pojawieniem się Ubera na rynku nie korzystały z usług taksówek). W drugiej fazie następuje wypieranie dotychczasowych usług świadczonych w starym modelu – klienci taksówek zaczynają korzystać z Ubera, jako tańszej i wygodniejszej alternatywy zaspokajającej potrzebę przemieszczenia się po mieście. Na rysunku 2 przedstawiono model gospodarki uwzględniający pojawienie się nowych usług świadczonych w nowych modelach biznesowych. Warto dodać, że rozwój taki traktowany jest przez współczesne przedsiębiorstwa coraz częściej nie jako reakcja na pewne czynniki wewnętrzne oraz zewnętrzne, które zachodzą w otoczeniu czy w samym przedsiębiorstwie, ale jako proces, który można zaplanować czy modelować<sup>14</sup>. W dobie powszechnego dostępu do technologii informatycznych planowanie oraz modelowanie rozwoju nowych przedsiębiorstw jest dużo łatwiejsze, niż jeszcze 20 lat temu kiedy nie było powszechnego dostępu do zasobów wiedzy i internetu<sup>15</sup>. Zjawiska takie jak crowdfunding udziałowy, crowdfunding nagrodowy, crowdfunding oraz crowdsourcing wpływają na zmianę modeli finansowania przedsięwzięć biznesowych. Wyraźnie widać jak dokonuje się zmiana znaczenia relacji z rodziny i przyjaciół (friends and family) na nieznaną osobę w internecie (crowd).

## 2.2. Przegląd definicji związanych z ekonomia współpracy

Z racji tego, że rozwój tej części gospodarki, która oparta jest na współpracy między ludźmi nawiązywanej z wykorzystaniem technologii informatycznych i informacyjnych jest stosunkowo nowym zjawiskiem, istnieje rozbieżność w jego

---

<sup>13</sup> <http://toddschneider.com/> (odczyt 08.02.2017)

<sup>14</sup> Rojek T., Proces zarządzania rozwojem przedsiębiorstwa, w: Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach współczesnych wyzwań gospodarczych, red: Borowiecki R., Kaczmarek J., Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2014, s. 27.

<sup>15</sup> Kamińska A., Regionalne determinanty rozwoju, Difin, Warszawa 2011, s. 20.

definiowaniu. Globalny konsensus zmierza w kierunku przyjęcia pojęcia ekonomia współpracy (ang. collaborative economy). Taką nazwę przyjęła również Komisja Europejska, która w okresie od 25 września 2015 roku do 6 stycznia 2016 roku przeprowadziła pierwsze konsultacje publiczne w sprawie collaborative economy. Poniżej przedstawiono najważniejsze pojęcia powiązane z pojęciem collaborative economy i zakres ich funkcjonowania.

### Ekonomia współpracy (ang. collaborative economy)

Ekonomia współpracy to nowy model funkcjonowania podmiotów w gospodarce, w którym tworzenie, posiadanie oraz dostęp do dóbr są dzielone pomiędzy osoby prywatne i prawne, zaciera się granica pomiędzy jednostką konsumującą, a przedsiębiorstwem. Zgodnie z modelem ekonomii współpracy każdy człowiek może świadczyć usługi lub produkować dobra dla innych, a dzięki technologiom internetowym ludzie w ramach ekonomii współpracy mogą bezpośrednio wymieniać się dobrami i usługami z pominięciem firm oraz pośredników. Bazuje to na skłonności ludzi do współpracy, pomagania innym i dzielenia się swoim czasem oraz zasobami, które jest odwzajemniane w różny sposób (materialny i pozamaterialny). Współczesna współpraca między ludźmi, zgodnie z modelem ekonomii współpracy, rozwija się w dużej mierze dzięki technologiom informacyjnym i komunikacyjnym (ICT), głównie internetowym oraz mobilnym, które ułatwiają oferowanie i dostęp do produktów i usług oraz zwiększają bezpieczeństwo funkcjonowania w tym modelu współpracy, m.in. poprzez system ocen i ubezpieczenie.

### Ekonomia współdzielenia (ang. sharing economy)

Innym terminem używanym dla określenia omawianego zjawiska jest sharing economy – ekonomia współdzielenia – model ekonomiczny w którym dobra i usługi są odpłatnie lub nieodpłatnie współużytkowane przez różnych konsumentów. Może przyjmować różne formy, np:

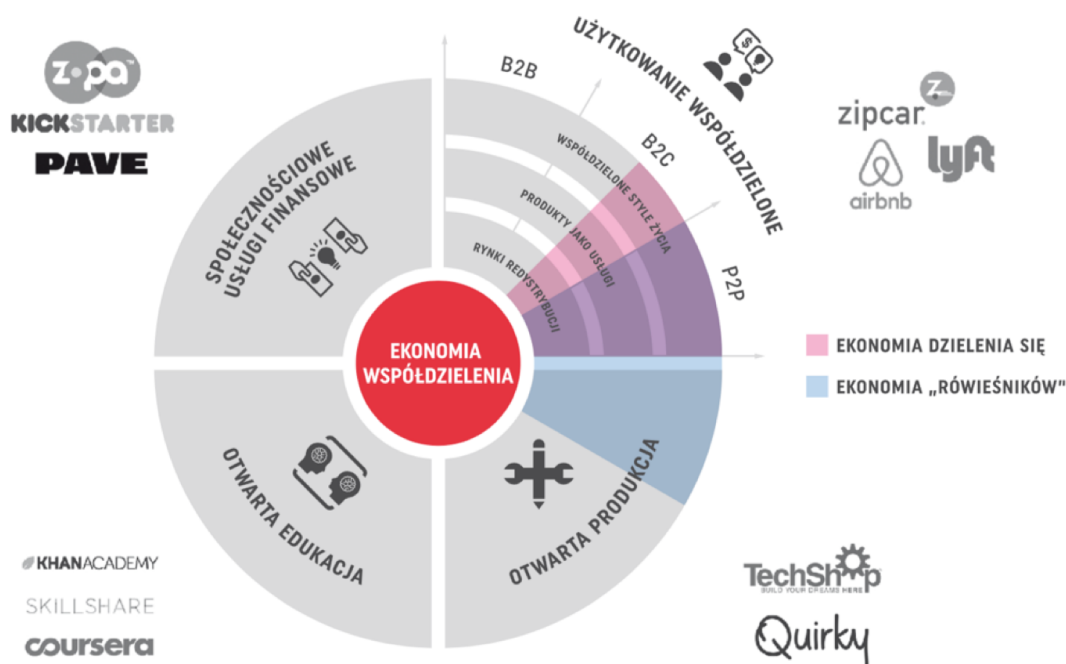
- B2C<sup>16</sup> – Car2go, Drive Now, Next bike,

---

<sup>16</sup> Business to consumer - relacja firma do klienta

- C2C<sup>17</sup> – jadedziore.pl, Airbnb,
- C2B<sup>18</sup> – taketask.pl.

Ekonomia współdzielenia (ang. sharing economy), nazywana czasami także konsumpcją społecznościową (collaborative consumption), to nowy model ekonomiczny, opierający się raczej na współpracy konsumenckiej, niż na konkurencji producentów. Model ten zakłada dzielenie się zasobami i współpracę, a nie typowy dla gospodarki rynkowej priorytet posiadania i konkurencji. Ekonomia dzielenia się coraz powszechniej dotyczy również finansów, co przejawia się np. w rozwoju bankowości P2P czy społecznościowego rynku walutowego<sup>19</sup>. Termin ekonomia współdzielenia został (w kontekście opisywanego zjawiska) został użyty po raz pierwszy w 2008 roku przez Lawrence Lessig – profesor w Harvard Law School<sup>20</sup>. Sharing economy określana jest



Rysunek 3. Sharing economy na tle collaborative consumption

Źródło: The sharing economy lacks a shared definition: Giving meaning to the terms, Collaborative Lab, 2013. ([www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf](http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf))

<sup>17</sup> Consumer to consumer - relacja klient do klienta

<sup>18</sup> Consumer to business - relacja klient do firmy

<sup>19</sup> K. Mitreęga-Niestrój, The sharing economy and collaborative finance – outline of the problems, Innowacje w bankowości i finansach. T. 1; Seria: Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne, Katowice, 2013, str. 174.

<sup>20</sup> L. Lessig, REMIX: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, The Penguin Press, Penguin Group, Inc., New York, 2008, ISBN 978-1-59420-1.

również jako wspólna konsumpcja, peer to peer economy, mesh economy. Można zauważyć, że przedstawiona definicja w dużej części jest zbieżna z podawaną dla ekonomii współpracy, z tym że w nieco węższy sposób definiuje podmioty funkcjonujące w ramach tego modelu ekonomicznego, zaliczając tu konsumentów, a nie uwzględniając przedsiębiorstw.

Biorąc pod uwagę dość dużą kompleksowość obu podanych najpopularniejszych terminów, tj. ekonomii współpracy (collaborative economy) i ekonomii współdzielenia (sharing economy) wydaje się, że ten pierwszy jest bardziej odpowiedni dla opisu i wyjaśnienia obserwowanego zjawiska. Sharing economy jest bowiem pojęciem węższym i zawiera się w modelu collaborative economy. Można powiedzieć, że sharing economy jest częścią collaborative economy<sup>21</sup>. Zależność tę przedstawiono na rysunku 3.

### 2.3. Ewolucja definicji i pojęć dotyczących ekonomii współpracy

Pojęcia sharing economy oraz collaborative economy są często stosowane zamiennie, zarówno w publikacjach naukowych, jak i w środkach masowego przekazu. Największa do tej pory konferencja „Collaborative Economy Conference”, odbyła się w dniach 21–22 października 2015 roku w San Francisco. J. Owyang, jeden z głównych prelegentów otwierając, konferencję zadał uczestnikom pytanie: „Które z pojęć wg was jest bardziej rozpoznawalne przez zwykłych ludzi (nie związanych naukowo lub zawodowo z collaborative economy) sharing czy collaborative economy?” Około 30% uczestników wskazało na termin collaborative economy, a około 70% sali na sharing economy. Termin sharing economy zostały bardzo szybko zaadaptowany przez prasę oraz publikacje internetowe i prawdopodobnie dlatego jest obecnie tak popularny. Prowadzi to do pewnego dysonansu w zakresie pojęć oraz terminologii. W tabeli 1 przedstawiono zestawienie pojęć, które używane były do opisu zjawiska collaborative economy. Pierwsze zostało wprowadzone już w 1976 roku<sup>22</sup>, kolejne w 1984<sup>23</sup>, natomiast

---

<sup>21</sup> The sharing economy lacks a shared definition: Giving meaning to the terms, Collaborative Lab, 2013 ([www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf](http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf)).

<sup>22</sup> M. Felson, J. L. Spaeth, op. cit., str. 614.

<sup>23</sup> M. L. Weitzman, The share economy, Harvard University Press, 1984, str. 126.

Tabela 1. Chronologiczny zbiór pojęć związanych z ekonomią współpracy

Pojęcie	Rok powstania	Autor
Collaborative consumption	1976	M. Felson, J. L. Spaeth
Share economy	1984	M. L. Weitzman
Sharing economy	2004	L. Gold
Collaborative economy	2009	M. C. Jennejohn
Peer-to-peer economy	2010	J. Silver
Mesh economy	2010	L. Gansky
Access economy	2011	J. Blaisdell
On-demand economy	2012	J. Wortham

Źródło: Opracowanie własne.

pierwsze prawdziwie oddające ideę sharing economy zostało wprowadzone na początku rewolucji internetowej w 2005 roku<sup>24</sup>. Termin collaborative economy po raz pierwszy użyto w 2008 roku<sup>25</sup>, a dwa lata później rozpoczął się okres nowych pojęć<sup>26</sup> określających to samo zjawisko<sup>27</sup>. W 2011 powstał termin access economy, czyli ekonomia dostępu<sup>28</sup>, a w 2012 roku po raz pierwszy opisano termin on-demand economy, czyli ekonomia na życzenie<sup>29</sup>.

W badaniu własnym przeprowadzonym w 2016 roku (n = 1518) w Polsce<sup>30</sup>, najbardziej rozpoznawalnymi terminami były odpowiednio:

- 1) ekonomia współpracy 16,8% ankietowanych,
- 2) ekonomia dzielenia się 16,5% ankietowanych,
- 3) ekonomia współdzielenia 14,0% ankietowanych.

<sup>24</sup> L. Gold, *The Sharing Economy: Solidarity Networks Transforming Globalisation*, Ashgate Economic Geography Series, Hampshire, 2004.

<sup>25</sup> M. C. Jennejohn, *Contract Adjudication in a Collaborative Economy*, Brigham Young University - J. Reuben Clark Law School, 2008.

<sup>26</sup> [www.wired.co.uk/magazine/archive/2010/06/features/the-trust-economy-a-world-of-p2p-money-lending](http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2010/06/features/the-trust-economy-a-world-of-p2p-money-lending) (odczyt 2016-02-28).

<sup>27</sup> L. Gansky, *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, Portfolio, 2010.

<sup>28</sup> [www.thegreensamaritan.com/2011/06/consume-lessshare-more-access-economy-takeaway-from-sustainable-brands-11/](http://www.thegreensamaritan.com/2011/06/consume-lessshare-more-access-economy-takeaway-from-sustainable-brands-11/) (odczyt 2016-02-27).

<sup>29</sup> [www.nytimes.com/2012/09/23/technology/weighing-apps-for-an-on-demand-economy.html](http://www.nytimes.com/2012/09/23/technology/weighing-apps-for-an-on-demand-economy.html) (odczyt 2016-02-27).

<sup>30</sup> Badanie własne przeprowadzone w lutym 2016 roku metodą CAWI na grupie 1518 osób odzwierciedlających pod kątem demograficznym (wiek, płeć, miejsce zamieszkania) populację polskich internautów.



Badani otrzymali zestawienie definicji, z którego mogli zaznaczyć rozpoznawalne przez nich terminy. Najbardziej rozpoznawalnym terminem była ekonomia współpracy, natomiast minimalnie mniejszą rozpoznawalnością cieszą się odpowiednio ekonomia dzielenia się oraz ekonomia współdzielenia. Warto pokreślić fakt, że w języku polskim możliwych jest wiele odmian oraz konotacji badanego zjawiska, stąd stosunkowo duża liczba terminów oraz różnorodność wskazań. Prawdopodobnie w przyszłości wykrystalizuje się jeden termin do określenia omawianego zjawiska. Obecnie trwa proces tworzenia definicji oraz pojęć związanych z ekonomią współpracy, ale rozpoznawalność oraz poziom korzystania z usług w modelu CE<sup>31</sup> w Polsce są już podobne do innych państw rozwiniętych, np. Wielkiej Brytanii<sup>32</sup>, Stanów Zjednoczonych oraz Kanady<sup>33</sup>.

Po przeprowadzeniu analizy publikacji związanych z sharing economy oraz collaborative economy, można stwierdzić, że:

- collaborative economy jest pojęciem bardziej kompleksowym, które obejmuje wszystkie modele biznesowe oraz rodzaje działalności związane z wykorzystywaniem nowych technologii do wymiany dóbr i usług pomiędzy zainteresowanymi podmiotami,
- sharing economy jest pojęciem węższym, niż collaborative economy, które jednocześnie w 100% zawiera się w pojęciu collaborative economy,
- sharing economy jest powszechnie rozumiana jako synonim collaborative economy, głównie dzięki licznym publikacjom w internecie, jednakże z naukowego i praktycznego punktu widzenia są to pojęcia różne.

## 2.4. Przyczyny rozwoju ekonomii współpracy

W ostatnich 10 latach w gospodarce światowej zaszło wiele zmian. Zmiany te spowodowane były różnymi czynnikami i nie ma jednej uniwersalnej metody, aby zbadać złożoność dzisiejszej ekonomii. Można natomiast wskazać pewne ważne

---

<sup>31</sup> W dalszej części dysertacji będzie także wykorzystany skrót CE oznaczający collaborative economy.

<sup>32</sup> K. Stokes, E. Clarence, L. Anderson, A. Rinne, Making sense of the UK collaborative economy, 2014.

<sup>33</sup> J. Owyang, A. Samuel, The new rules of the collaborative economy, Visioncritical, 2015.

elementy. Z punktu widzenia zmian w gospodarce i nowych modeli biznesowych dla przedsiębiorstw najważniejsze zmiany ostatnich 10 lat to:

- powszechny dostęp do internetu,
- zmiana struktury demograficznej społeczeństwa w państwach wysoko rozwiniętych (starzenie się społeczeństwa i zmiana dominacji pokoleń),
- kryzys ekonomiczny z 2008 roku,
- ewolucja konsumenta w prosumenta,
- postępująca urbanizacja.

Gdy w latach 2007-2009 w Polsce uruchomiono serwis Facebook (powstał w USA w 2004 roku), wiele osób zadawało pytanie: czy będzie to trwałe, czy to tylko chwilowa moda? Z perspektywy kilku lat można zdecydowanie stwierdzić, że Facebook jest w pewnym sensie częścią ekonomii współpracy - zrewolucjonizował on branżę dzięki technologii, która stała się dostępna dla wszystkich ludzi. Tak z modelu jeden-do-wielu branża (w tym reklamowa) stała się modelem wielu-do-wielu. Każdy człowiek otrzymał narzędzie dzięki któremu może szybko komunikować się, przysyłać treści oraz dostarczać informacje.

Facebook, Google, Apple, Uber, Amazon, Yahoo oraz wiele innych firm łączyło się z firmami, które działały w tym samym lub podobnym obszarze, np. Facebook kupił Instagram w 2012 roku za 1 miliard dolarów, 2 lata później Facebook próbował przejąć Snapchat za 3 miliardy dolarów oraz kupił WhatsApp za 19 miliardów dolarów<sup>34</sup>. Firma Google łącznie do tej pory przejęła oficjalnie prawie 200 firm, a Facebook ponad 50. Rozwój mediów społecznościowych jest bardzo ważnym elementem ekonomii współpracy, gdyż dzięki funkcjonalnościom w nich oferowanym ludzie nauczyli się szybkiej i efektywnej komunikacji między sobą za pomocą internetu, a później z użyciem smartfonów.

Drugim czynnikiem, który przyczynił się do dynamicznego rozwoju ekonomii współpracy na świecie był kryzys ekonomiczny, który rozpoczął się w 2008 roku, a był spowodowany krachem na rynku nieruchomości w USA<sup>35</sup>. Kryzys najbardziej dotknął

---

<sup>34</sup> [www.techcrunch.com/2014/02/25/the-age-of-acquisitions/](http://www.techcrunch.com/2014/02/25/the-age-of-acquisitions/) (odeczyt 22.02.2016)

<sup>35</sup> R. Belk, You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online, *Journal of Business Research*, 2013, str. 1599.

Stany Zjednoczone, ale w mniejszym lub większym stopniu jego skutki objęły cały świat. Polska w czasach tego kryzysu była nazywana zieloną wyspą - byliśmy jedynym krajem UE, którego „nie dotknęła” recesja. W czasie kryzysu, kiedy dochody konsumentów nie zwiększają się, podejmują oni działania, aby efektywniej wykorzystać posiadane zasoby. W latach 2008-2015 nałożyły się na siebie istotne czynniki, których pojawienie się spowodowało, że platformy ekonomii współpracy wzrastały.

Tabela 2. Zestawienie wybranych firm ekonomii współpracy

Nazwa firmy	Rodzaj działalności
Uber	Największa na świecie „korporacja taksówkarska” (przewozi najwięcej osób w miastach) nie posiadając ani jednego samochodu
Airbnb	Największy na świecie dostawca zakwaterowania, a nie posiada ani jednej nieruchomości
Alibaba	Największy na świecie sklep internetowy, a nie posiada ani jednego magazynu lub przedmiotu
Facebook	Największy dostawca mediów oraz informacji na świecie, a nie tworzy żadnych treści
BlaBlaCar	Przewozi pomiędzy miastami więcej pasażerów niż największy przewoźnik kolejowy w Europie, a nie posiada ani jednego samochodu.
Spotify	Największy na świecie dostawca muzyki, a nie posiada ani jednej piosenki
Netflix	Największy na świecie dystrybutor filmów, a nie posiada ani jednego kina
Apple, Google	Najwięksi na świecie dostawcy oprogramowania, a nie produkują aplikacji
SocietyOne	Najszybciej rozwijający się bank na świecie, nie posiada pieniędzy
Skype, WeChat	Największe na świecie firmy telefoniczne, a nie posiadają żadnej infrastruktury telefonicznej

Źródło: Opracowanie własne.

Dane wskazane w tabeli 2 są przykładem, że konsumenci (zwani też prosumentami – jako konsumenci świadomie współtworzący rynek<sup>36</sup>) szybko dostrzegli korzyści płynące z korzystania z platform oferujących usługi podmiotów

<sup>36</sup> Prosument - termin wprowadzony w 1980 roku przez Alvina Tofflera, określa konsumenta mającego szeroką wiedzę o interesujących go produktach i usługach. Wiedzę tę wykorzystuje przy podejmowaniu decyzji zakupowych, a także chętnie przekazuje ją innym. Stara się, zwłaszcza za pośrednictwem Internetu mieć aktywny udział w tworzeniu oraz w promowaniu produktów i usług jego ulubionej marki. ([www.internetstandard.pl/news/136802/Prosument.czyli.aktywny.konsument.html](http://www.internetstandard.pl/news/136802/Prosument.czyli.aktywny.konsument.html) (odczyt 28.07.2015))

funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Jeżeli dobro lub usługa zaspokaja potrzebę przy niższych kosztach (w sposób co najmniej tak samo dobry), to istnieje duża szansa, że coraz więcej ludzi będzie z nich korzystał. Należy podkreślić, że coraz większa liczba ludzi staje się prosumentami dzieląc się informacjami o produktach i usługach z których korzystali, co znacząco przyczynia się do wzrostu tempa rozwoju podmiotów i wartości w ekonomii współpracy. Niektóre obszary ekonomii współpracy nie powstałyby bez aktywnego uczestnictwa prosumentów, którzy skłonni są dostarczać na rynek wytwarzane przez siebie dobra i oferowane usługi, ale też informacje.

Firmy zaprezentowane w tabeli 2 wykorzystując obecność prosumentów na rynku, osiągają znaczące przewagi konkurencyjne w stosunku do firm, które nie zwracają uwagi na prosumentów. Zaufanie oraz opinie dostarczane przed aktywnych konsumentów pozwalają w bardziej efektywny sposób spełniać ich oczekiwania i dostarczać im wartość dodaną przez nowoczesne przedsiębiorstwa. W XXI wieku, a w szczególności w przypadku nowych modeli biznesowych bardzo ważną rolę pełni zaangażowana społeczność prosumentów, która w początkowej fazie rozwoju stanowi wsparcie dla rozwoju i pozyskiwania kolejnych klientów. Najbardziej aktywni prosumenci mogą stać się ambasadorami danej marki, poprzez polecanie danych dóbr czy usług swoim znajomym i rodzinie<sup>37</sup>.

Kryzysy ekonomiczne wybuchały wielokrotnie w historii świata, jednakże ten w 2008 roku był pierwszym, w okresie którego internet, media społecznościowe oraz smartfony były rozpowszechnione na masową skalę. Kryzys ten był więc impulsem, który przyspieszył rozwój ekonomii współpracy na świecie i w Polsce.

Zmiany demograficzne oraz aspekty społeczno-kulturowe również znacząco wpływają na tempo wzrostu ilości dóbr i usług oferowanych w modelu rozwoju ekonomii współpracy. Pokolenie X zaczyna ustępować miejsca pokoleniu Y<sup>38</sup>. Osoby urodzone w latach 1980–1999 zaczynają mieć większy wpływ w każdej dziedzinie

---

<sup>37</sup> M. Daszkiewicz, S. Wrona: Kreowanie marki korporacyjnej. Warszawa: 2014, s. 111.

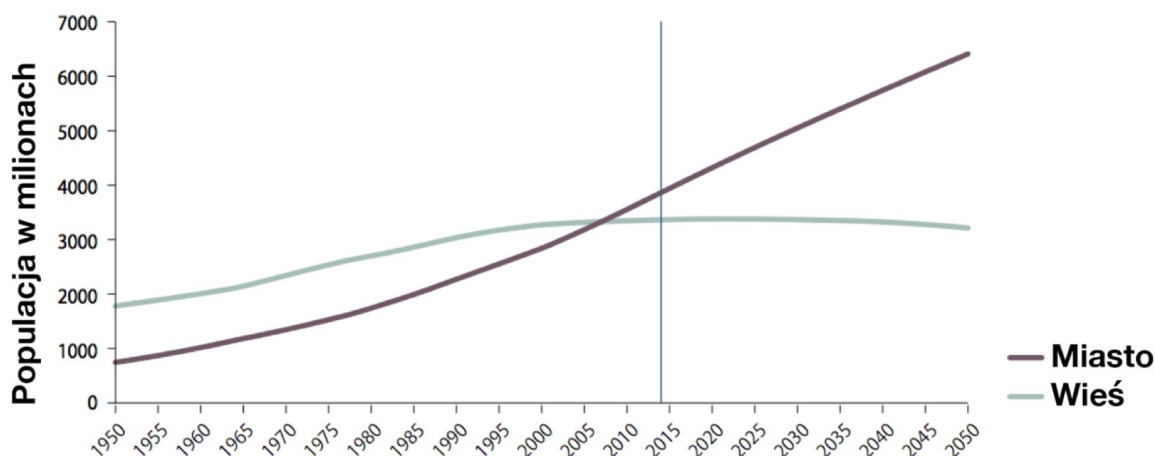
<sup>38</sup> Podział na główne generacje urodzone w latach:

- Baby boomers 1946 – 1964
- Generacja X 1965 – 1979
- Generacja Y 1980 – 1999
- Generacja Z 2000 – do teraz

([www.marketingteacher.com/the-six-living-generations-in-america/](http://www.marketingteacher.com/the-six-living-generations-in-america/) odczyt 20.02.2016)

gospodarki, niż osoby urodzone wcześniej. Warto podkreślić fakt, iż stopień edukacji cyfrowej (informatycznej) tych pokoleń znacząco się różni na korzyść pokolenia Y. Według badań przeprowadzonych przez bank Goldman Sachs<sup>39</sup> w 2015 roku generacja X stała się najliczniejszą i najważniejszą z punktu widzenia siły nabywczej grupą w Stanach Zjednoczonych (podobnie jest w krajach europejskich).

Ze względu na gęstość zaludnienia współdziałanie w ramach ekonomii współpracy rozwija się dużo szybciej na obszarach miejskich – większa liczba ludności na danym obszarze stwarza większe prawdopodobieństwo współpracy pomiędzy zainteresowanymi podmiotami. Usługi takie jak: car sharing, bike sharing, ride sharing, home sharing możliwe są obecnie tylko w miastach, właśnie ze względu na relatywnie duży popyt na stosunkowo małym obszarze i łatwość dostępu. Dynamicznie postępująca urbanizacja (nie tylko w Polsce, ale również na całym świecie) stwarza więc korzystne warunki do rozwoju ekonomii współpracy (rys. 4). W 2007 roku po raz pierwszy w historii świata więcej ludzi mieszkało w miastach niż na wsiach, a jak wynika z obecnych prognoz Organizacji Narodów Zjednoczonych trend ten będzie się stale utrzymywał – w 2050 roku liczba ludności mieszkającej w miastach będzie dwukrotnie wyższa niż liczba ludności mieszkającej na wsi.



Rysunek 4. Światowa populacja w miastach i na wsiach w latach 1950 - 2050

Źródło: Raport United Nations: World Urbanization Prospects, New York, 2014, str. 7.

<sup>39</sup> Raport Millennials Goldman Sachs 2015 - [www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1](http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1) (odczyt 22.02.2016)

Powyższe czynniki, które nałożyły się na siebie w ostatnich 10-ciu latach spowodowały, że rozwój ekonomii współpracy zarówno w Polsce jak i na świecie nastąpił w sposób bardzo dynamiczny. Dzięki bardziej efektywnemu wykorzystaniu zasobów przyczynia się ona do zrównoważonego rozwoju, w tym zrównoważonej produkcji. Jak podkreśla wielu naukowców, w tym B. Cohen oraz P. Munoz, ekonomia współpracy znajduje się obecnie w fazie dynamicznego rozwoju, a do jej głębszego zrozumienia niezbędne są wciąż kolejne badania<sup>40</sup>.

## 2.5. Relacja ekonomii współpracy i innych teorii ekonomicznych

Ekonomia współpracy, jako model ekonomiczny, w miejsce konkurencji między producentami wprowadza współpracę pomiędzy prosumentami oraz konsumentami. Jednym z założeń tego modelu jest idea, że ludzie nie chcą (i do końca nie muszą) posiadać wszystkich rzeczy, aby ich używać. W myśl zasady *access is new ownership* – dostęp do czegoś jest nową formą posiadania – niektórzy ludzie w erze powszechnego dostępu do dóbr i usług wolą współużytkować rzeczy niż posiadać je na własność. Wiąże się to z mniejszą odpowiedzialnością oraz mniejszymi kosztami. Podejście to spowodowane jest także wzrostem świadomości na temat ekologicznego trybu życia oraz zrównoważonego rozwoju społeczeństwa. Koncepcja wspólnego dobra i wspólnego użytkowania nie jest nowa, jednakże dopiero w drugiej dekadzie XXI wieku stała się ona w możliwa do realizacji pod względem technicznym, społecznym oraz ekonomicznym. W dobie powszechnego dostępu do internetu oraz nieograniczonych możliwości komunikacyjnych oraz dzięki mediom społecznościowym ekonomia współdzielenia rozwija się bardzo dynamicznie praktycznie na całym świecie. Rozwój mediów społecznościowych stał się katalizatorem rozwoju ekonomii współpracy w takiej formie z jaką mamy obecnie do czynienia. Czynniki technologiczne przyczynia się znacząco do zasięgu nowych modeli biznesowych. Dzięki powszechnie dostępnym technologiom (np. smartfony, internet) dostęp do platform *collaborative economy* stał się znacząco łatwiejszy, dzięki czemu istnieje większa szansa że ktoś skorzysta z tych usług. Dobrym

---

<sup>40</sup> B. Cohen, P. Munoz, Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework, *Journal of Cleaner Production*, 2015, str. 9.

przykładem jest tutaj fakt, iż większość ludzi popiera oddawanie organów potrzebującym osobom po swojej śmierci. Jednak tylko 5% osób podjęło wysiłek, aby dopełnić obowiązku zarejestrowania się jako dawcy organów. Widoczna jest bariera wejścia w daną funkcję. Technologia w collaborative economy eliminuje wiele barier, m. in.: miejsca, czasu oraz osób. Przyczynia się to jednocześnie do większego dostępu do danych dóbr i usług oraz zasięgu rynku.

Zagadnienie ekonomii współpracy, nowego podejścia w gospodarce można rozpatrywać także z perspektywy wcześniejszych teorii ekonomicznych, takich jak:

- teoria niszy,
- teorie nowej ekonomii instytucjonalnej,
- teoria ekonomii behawioralnej,
- teoria zrównoważonego rozwoju,
- teoria innowacji społecznych,
- teoria wyboru konsumenta.

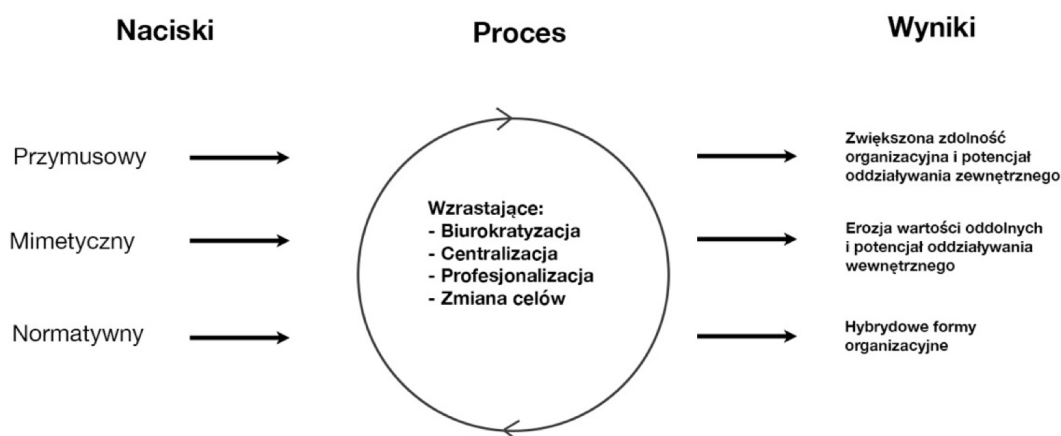
### Teoria niszy

Oddolne innowacje bardzo często na początku przyjmują formy non-profit. Zmiany społeczne oraz technologiczne, które zachodzą w dzisiejszej gospodarce globalnej stwarzają okazje ujawnienia niewykorzystanych dotąd zasobów. W myśl teorii niszy wg A. Smith i R. Raven<sup>41</sup>, dzięki obecnie zachodzącym zmianom społeczno-technologicznym w ruchach oddolnych istnieje potencjał umożliwiający powstanie nowych przedsięwzięć w modelu ekonomii współdzielenia<sup>42</sup>. Początkowy ruch, który ma na celu zaspokojenie potrzeb w danej niszy, jeżeli zostanie poddany odpowiedniemu procesowi, ma szansę stać się przedsięwzięciem zorientowanym na komercjalizację (rys. 5). Przedsięwzięcia ekonomii współpracy, dzięki powszechnie dostępnym technologiom, w efektywny sposób zaspokajają występujące na rynku luki.

---

<sup>41</sup> A. Smith, R. Raven, What is protective space? Reconsidering niches in transitions to sustainability, *Journal of Research policy*, 2012, str. 1029.

<sup>42</sup> C. J. Martin, P. Upham, L. Budd, Commercial orientation in grassroots social innovation: Insight from the sharing economy, *Journal of Ecological Economics*, 2015, str. 241.



Rysunek 5. Koncepcja modelu przekształcenia ruchu oddolnego w przedsięwzięcie zorientowane na komercjalizację

Źródło: Opracowanie własne na podstawie C. J. Martin, P. Upham, L. Budd, Commercial orientation in grassroots social innovation: Insight from the sharing economy, *Journal of Ecological Economics*, 2015, str. 242.

## Teoria agencji

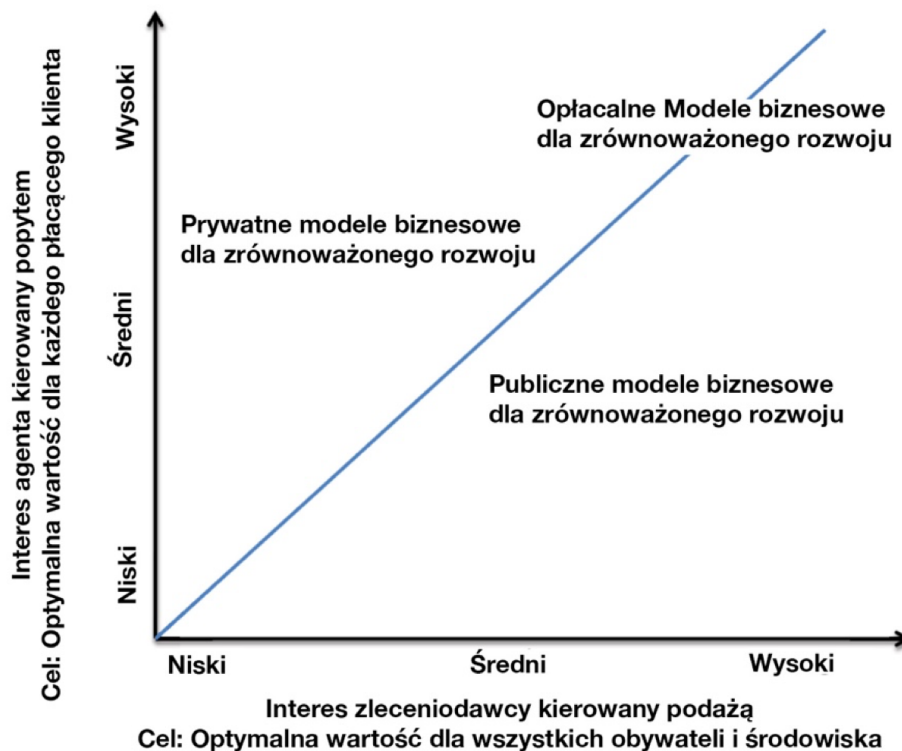
Transport jest obecnie jedną z silnie rozwiniętych gałęzi gospodarki globalnej. Jest on również jednym z pierwszych i najbardziej rozwiniętych obszarów ekonomii współpracy. W literaturze opis korzyści płynących z takiego rozwiązania daje teoria agencji, w której to pryncypał zamiast samemu wykonywać dane zadanie (np. organizacja efektywnego i zrównoważonego transportu w mieście lub kraju) zleca je agentowi<sup>43</sup>, który posiadając większą skłonność do ryzyka wykona je w sposób bardziej efektywny. Celem wszystkich usług współużytkowania aut (ang. car sharing) jest wyeliminowanie potrzeby posiadania auta przez osoby indywidualne. Modele biznesowe dla zrównoważonego rozwoju (ang. business models for sustainability – BMfS) dzieli się na prywatne, publiczne oraz mieszane<sup>44</sup>. W wyniku szczegółowej analizy wszystkich trzech typów modeli B. Cohen oraz J. Kietzmann przedstawili macierz wg teorii agencji dla transportu współdzielonego (rys. 6). Modele mieszane dostarczają największą wartość dodaną dla obu stron. Takie rozwiązanie hybrydowe w przypadku transportu przynosi najlepsze wyniki zarówno dla pryncypała (np. władze miasta), zorientowanego

<sup>43</sup> M. Jensen, W. Meckling, Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3, 1976, str. 305-360.

<sup>44</sup> B. Cohen, J. Kietzmann, Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy, *Organization & Environment*, vol. 27(3), SAGE Publications, 2014, str. 291-292.



na optymalną wartość dla wszystkich mieszkańców oraz na środowisko naturalne, a także dla agenta (dostawcy usług transportowych) zorientowanego na jak najwyższą wartość dodaną dla każdego płacącego klienta.



Rysunek 6. Efektywność modeli (prywatnego, publicznego, najbardziej opłacalnego) biznesowych dla zrównoważonego rozwoju

Źródło: B. Cohen, J. Kietzmann, Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy, Organization & Environment, vol. 27(3), SAGE Publications, 2014, str. 287.

## Nowa ekonomia instytucjonalna

Ekonomia współpracy wpisuje się w główną teorię nowej ekonomii instytucjonalnej. Zajmuje się ona badaniem instytucji, które wpływają na życie polityczne, społeczne i gospodarcze, przez co zwiększa się wartość aplikacyjna przeprowadzanych badań. Teoria nowej ekonomii instytucjonalnej, jako jedna z dobrze objaśniających współczesny rozwój gospodarki światowej oraz współczesnej ekonomii, opisuje zachowania jednostki na globalnym rynku. Koncepcje tej teorii biorą pod uwagę wpływ decyzji konsumentów na użyteczność krańcową<sup>45</sup>. Rozprawa dotyczy aspektów i zachowań społecznych w kontekście ekonomicznym oraz to, w jaki sposób

<sup>45</sup> S. Rudolf (red.), Nowa ekonomia instytucjonalna wobec kryzysu gospodarczego, WSEIP, Kielce, 2012.

z wykorzystaniem internetu i portali internetowych (społecznościowych) zmienia się sposób podejmowania decyzji konsumenckich przez prosumentów. Współczesne koncepcje ekonomiczne mówią o konsumencie, jednakże przez ostatnie 20 lat przeciętny konsument ewoluował w prosumenta (konsumenta aktywnego i świadomie dzielącego się opiniami i informacjami z innymi) i to zjawisko stale się poszerza. Prosumenci, jako bardziej wymagający konsumenci, aktywnie poszukują informacji na temat interesujących ich produktów oraz usług. Zjawisko poszukiwania opinii oraz rekomendacji jest nieodłącznym elementem funkcjonowania gospodarki oraz decyduje o sukcesie lub upadku danego przedsiębiorstwa. Liczba oraz rodzaj opinii prosumentów jest skorelowana z jakością konsumowanych produktów i usług. Bardzo intensywny rozwój technologii informacyjnych, globalnej sieci internetowej, urządzeń mobilnych oraz mediów społecznościowych w ciągu ostatnich 10 lat spowodował, iż wymiana informacji na temat produktów i usług stała się prosta i powszechnie dostępna. Pod koniec 2015 roku dostęp do internetu posiadało ponad 3,36 miliarda osób<sup>46</sup> (46,6% światowej populacji). Firma Google Inc. pracuje obecnie nad projektem „Loon”, którego zakończenie planowane jest w 2017 roku. Projekt ma zakończyć się stworzeniem sieci bezprzewodowego internetu, który pokryje większość zamieszkanym terenów na ziemi zwiększając w ten sposób liczbę internautów do 4,8 miliarda osób. W najbliższych 4 latach w bardzo szybkim tempie wzrośnie liczba użytkowników internetu oraz możliwości komunikacyjne prosumentów.

Uwarunkowania, które stwarza tak szybki rozwój sieci, technologii informacyjnych i mediów społecznościowych definiują na nowo pojęcie wyboru, a także sposobu podejmowania decyzji przez prosumentów oraz współpracy pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynków zarówno lokalnych jak i globalnych. Według L. Ch. Robbinsa ekonomia to nauka, która bada postępowanie człowieka jako stosunek między celami, a ograniczonymi środkami, dającymi się stosować w różny sposób<sup>47</sup>. Decyzje podejmowane przez prosumentów zdecydowanie różnią się o tych, które zwykle podejmowali konsumenci. Kluczową rolę odgrywa tutaj zwiększona możliwość komunikacji, aktywne poszukiwanie informacji na temat produktów i usług oraz

---

<sup>46</sup> International [www.internetworldstats.com/stats.html](http://www.internetworldstats.com/stats.html) (odczyt 09.01.16)

<sup>47</sup> A. Glapiński, *Meandry historii ekonomii. Między matematyką a poezją*, SGH, Warszawa 2006, s. 24.

czerpanie z doświadczeń i opinii innych. Nowe formy konsumpcji produktów i usług – płacenie za dostęp, przyczyniają się do pojawiania się nowych, innych niż klasyczne, paradygmatów ekonomii, w kierunku takiej formy wspólnego działania, jaka jest obserwowana w obszarze gospodarki działającym według modelu ekonomii współpracy<sup>48</sup>. Dzięki stałemu dostępowi do globalnej informacji na temat produktów i usług prosumenci podejmują swoje decyzje zakupowe w sposób bardziej świadomy i racjonalny oraz mają dostęp do doświadczeń innych osób, którzy podzielili się swoją opinią. Jednocześnie zjawisko ekonomii współpracy jako bardzo młode jest stosunkowo mało opisane w literaturze przedmiotu. Tym bardziej uzasadnia to konieczność przeprowadzenie badań związanych z ekonomią współpracy w tym w Polsce oraz zwiększa wartość naukową oraz aplikacyjną rozprawy.

## Ekonomia behawioralna

Koncepcja ekonomii behawioralnej, próbuje w sposób bardziej realistyczny opisać standardowe teorie neoklasyczne. Głównym zagadnieniem z zakresu ekonomii behawioralnej, w które wpisują się media społecznościowe, jest framing, czyli wpływ obcych osób na podejmowanie decyzji przez inne osoby<sup>49</sup>. Framing został zaczerpnięty z psychologii, a w okresie klasycznym ekonomia była blisko połączona z psychologią. A. Smith napisał wtedy „Teorię moralnych sentymentów”, ważne dzieło, które opisywało psychologiczne uwarunkowania indywidualnego zachowania człowieka w warunkach gospodarczych. Bezpośrednio z koncepcją ekonomii behawioralnej związany jest ewolucjonizm, którego główny przedstawiciel J. A. Schumpeter postrzegał kapitalizm jako ustrój podlegający ewolucyjnym zmianom<sup>50</sup>. Szczególną wagę przywiązywał do innowacji, dostrzegając szanse dla ich kreacji zarówno ramach w dużych firmach, jak i w ośrodkach naukowych i instytucjach badawczych. W dobie szybko rozwijającej się technologii informacyjnej powyższy pogląd wydaje się być jak najbardziej odpowiedni. Innowacje związane z ICT, np. możliwość szybkiego przekazywania informacji,

---

<sup>48</sup> [www.web-strategist.com/blog/2015/08/27/the-collaborative-economy-defined/](http://www.web-strategist.com/blog/2015/08/27/the-collaborative-economy-defined/) (odczyt 02.02.16)

<sup>49</sup> E. Babula, P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, W. Bizon, Behavioral finance of entrepreneurship: how can framing influence financial decisions of entrepreneurs?, Foundation for the Development of Gdansk University, Gdańsk, 2011.

<sup>50</sup> Adam Głapiński „Kapitalizm, demokracja i kryzys państwa podatków”, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2004.

wpływają na zachowanie konsumentów (prosumentów) na rynku oraz na podejmowane decyzje. Jeszcze pod koniec XX wieku nie było takiej możliwości, dlatego niezbędne jest nowe podejście do teorii ekonomii behawioralnej w warunkach globalnego dostępu do sieci internetowej, mediów społecznościowych.

## Teoria wyboru konsumenta

Media społecznościowe oraz ich powszechny dostęp zmieniają uwarunkowania, w jakich została opracowana teoria wyboru konsumenta. H. Simon autor pojęcia *bounded rationality*, czyli ograniczonej racjonalności zakładał, że podczas podejmowania decyzji ludzie są ograniczeni tym, że nie zawsze posiadają dostęp do pełnej informacji, nie mają zdolności przetwarzania wszystkich informacji oraz mają ograniczony czas na podejmowanie decyzji<sup>51</sup>. Ewolucja konsumentów oraz ich przemiana w aktywnych konsumentów spowodowała, iż obecnie posiadają oni dostęp do znacząco większego zasobu informacji na temat produktów i usług. Sprawdzenie ceny dowolnego produktu lub usługi na całym świecie zajmuje nie więcej niż kilka minut. Według najnowszych badań oraz estymacji firmy Telefonaktiebolaget LM Ericsson w 2021 roku na rynku będzie aktywnych 6,4 miliarda smartfonów z dostępem do internetu<sup>52</sup> oraz możliwością korzystania z usług w modelu ekonomii współpracy.

Reasumując, ekonomia współpracy czerpie z wielu dotychczasowych nurtów ekonomii. Jako nowa i interdyscyplinarna teoria w ekonomii obejmuje swym zasięgiem większość sektorów współczesnej gospodarki. Jej rozwój wynika z nowych możliwości, jakie stwarza rozwój technologii informacyjnej. Stawiane są nowe pytania dla ekonomii. Jaki wpływ na decyzje konsumentów ma dostęp do większego zasobu informacji na temat wyborów gospodarczych innych osób oraz ogólnie do innych informacji. Współużytkowanie dóbr i usług stwarza zupełnie nowe możliwości współpracy między wszystkimi podmiotami rynkowymi i stwarza szansę na powstanie nowych modeli biznesowych w ramach ekonomii współpracy. Istnieje potrzeba zbadania zależności

---

<sup>51</sup> D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Ekonomia*. Tom 1, PWE, Warszawa 1995.

<sup>52</sup> Ericsson Mobility Report – Mobile World Congress edition, February 2016 [www.ericsson.com/res/docs/2016/mobility-report/ericsson-mobility-report-feb-2016-interim.pdf](http://www.ericsson.com/res/docs/2016/mobility-report/ericsson-mobility-report-feb-2016-interim.pdf) (odczyt 23.08.2015)

w obszarze podmiotów działających w modelu ekonomii współpracy. Bardzo ważna jest też analiza interesów zarówno osób fizycznych jak i państwa.



### 3. Charakterystyka i obecny stan rozwoju ekonomii współpracy

Można wyróżnić dwa podstawowe sposoby charakterystyki i podziału ekonomii współpracy. Pierwszy z nich obejmuje podział na poszczególne procesy biznesowe, które ulegają optymalizacji dzięki ekonomii współpracy. Poziom dysrupcji w niektórych obszarach eliminuje nieefektywne wykorzystanie zasobów przynosząc znaczące korzyści. W procesach biznesowych można wyróżnić następujące obszary ekonomii współpracy.

- Otwarte projektowanie i produkcja (collaborative production) dotyczy projektowania, produkowania i dystrybucji dóbr poprzez sieci społecznościowe. Mamy tu do czynienia z demokratyzacją różnorodnych procesów poprzez połączenie otwartej wiedzy, narzędzi z rozproszoną infrastrukturą, społecznościami i rynkami. Ważną częścią otwartego projektowania i produkcji jest tzw. "ruch maker'ski", który powstał z połączenia ruchu „zrób-to-sam” (DIY), kultury hakerskiej i otwartego oprogramowania (open source).
- Wspólne użytkowanie lub użytkowanie współdzielone (collaborative consumption) pozwala na maksymalne wykorzystanie zasobów poprzez efektywne modele redystrybucji i współdzielonego dostępu. Jest to zatem model ekonomiczny oparty o cyrkulację produktów i usług poprzez dzielenie się, wymianę, sprzedaż, wypożyczanie lub nieodpłatne przekazywanie, umożliwiając dostęp zamiast posiadania i redukując w konsekwencji marnotrawstwo cennych zasobów. Ten obszar można jeszcze dodatkowo podzielić na cztery modele: biznes-biznes (B2B), biznes-klient (B2C), człowiek-człowiek (P2P) oraz biznes-biznes-klient (B2B2C). Ta część, która dotyczy P2P oraz w pewnym zakresie B2C bywa określana jako ekonomia współdzielona (sharing economy) i w tym obszarze obydwa te terminy mogą być stosowane zamiennie.
- Społecznościowe usługi finansowe (collaborative finance) to bankowość tworzona bezpośrednio przez użytkowników i społecznościowe modele inwestycji, które decentralizują finansowanie i bankowość. Istnieje duże pokrywanie się tego obszaru z tzw. FinTech, czyli innowacyjnym łączeniu usług

finansowych i cyfrowych, jednak nie mogą być one traktowane jako tożsame. Z największym tempem zmian mamy aktualnie do czynienia w obszarze finansowania i pozyskiwania kapitału na rozwój (różne formy crowdfundingu, w tym crowdfunding udziałowy), w usługach finansowych typu P2P (peer-to-peer financing), np. pożyczki i depozyty społecznościowe, a także w płatnościach mobilnych i rozproszonych modelach transakcyjnych opartych o technologię blockchain (np. bitcoin).

- Otwarta wiedza i edukacja (open knowledge, collaborative education) umożliwia powszechny dostęp do zasobów wiedzy niezależnie od miejsca przebywania, darmowe lub przynajmniej stosunkowo tanie korzystanie z wiedzy oraz jej dystrybucję. Otwarty dostęp do wiedzy jest podstawą otwartej edukacji, otwartego dostępu do danych, jak i do darmowego oprogramowania. Jest to coraz szybciej upowszechniający się model zdobywania i przekazywania wiedzy, tradycyjnie dostępnej np. na uczelniach wyższych w ramach kursów uzupełniających lub podyplomowych. Szczegółowa wiedza akademicka dostępna bez ograniczeń (MOOCs – massive open online courses) lub programy edukacyjne dla dzieci mogą doprowadzić do radykalnej zmiany całego systemu szkolnictwa.
- Według metodologii stosowanej przez społeczność OuiShare można wyróżnić jeszcze jeden dodatkowy obszar: otwarte i poziome zarządzanie (open and horizontal governance), które transformuje organizacje, usługi publiczne i obywatelskie zaangażowanie. Najważniejszymi przykładami są platformy zaangażowania obywatelskiego z wykorzystaniem budżetów partycypacyjnych, inicjatywy otwartego rządu, kooperatywy, sieci otwartych wartości, demokracja deliberatywna, poziome organizacje, “swarm’y”, holokracje i “płynna demokracja”.

Na rysunku 7 przedstawiono uporządkowanie modeli biznesowych ekonomii współpracy ze względu na różne typy usług czy też „branże”. Zrobił to Jeremiah Owyang w ramach trzech kolejnych wersji projektu „plaster miodu ekonomii współpracy” (ang. collaborative economy honeycomb), gdzie każdy element jest uproszczoną wersją branży. Model Owyang’a jest niezwykle przydatny w badaniu tego,



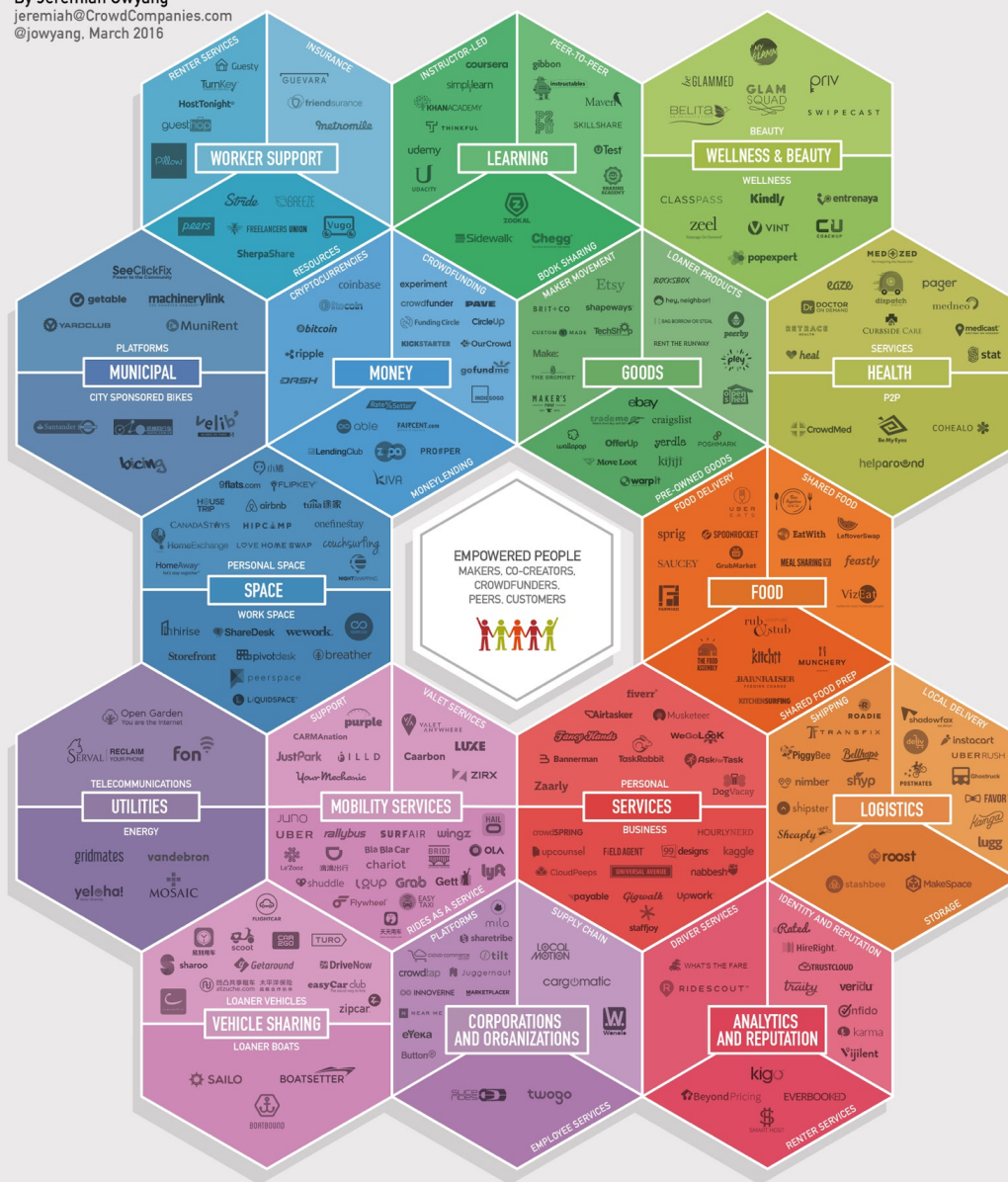
# Collaborative Economy Honeycomb Version 3.0

The Collaborative Economy enables people to get what they need from each other. Similarly, in nature, honeycombs are resilient structures that enable access, sharing, and growth of resources among a common group.

In the original Honeycomb 1.0, six distinct categories of startups were represented by the inner track of hexes. After a short period of time, Honeycomb 2.0 expanded to include six additional categories, placed on the outer perimeter.

In the new Honeycomb 3.0, four hexes are added on the corners of the graphic for a total of sixteen: Beauty, Analytics & Reputation, Worker Support, and the large Transportation hex is split into two distinct hexes.

By Jeremiah Owyang  
jeremiah@CrowdCompanies.com  
©jowyang, March 2016



With input from:  
Carl Bohlin, Matt Case, John Cass, Emily Castor, Shelby Clark, Lisa Gansky, Julie George, Neal Gorenflo, Greg Hedges, Bill Johnston, Karen Khounthavong, Alex Lassar, Gregory Leproux, Angus Nelson, Andreas Pages, Shervin Pishevar, Augie Ray, April Rinne, Jeff Rodman, Alexandra Samuel, Jamie Sandford, John Sheldon, Arun Sundararajan, Brian Solis, Julie Viola, Mike Walsh, Jonathan Wichmann, and Vision Critical.  
Designed by Vladimir Mirkovic www.transartdesign.com Creative Commons license: Attribution-NonCommercial.

**CROWD™**  
COMPANIES  
www.crowdcompanies.com

Rysunek 7. Globalny plaster miodu ekonomii współpracy - wersja 3.0

Źródło: Crowd Companies. (dostęp 2016.07.02)

jak poszczególne branże zostały „zainfekowane” przez ekonomię współpracy. Pomaga

lepiej usystematyzować ekonomię współpracy i jest bardzo ważnym punktem odniesienia dla wielu przedsiębiorców, badaczy, startupów i korporacji.

Owyang wyróżnia następujące „branże”, czy też komórki: edukacja, finanse, dobra materialne, żywność, nieruchomości, transport, usługi, media, logistyka, korporacje, zdrowie, usługi komunalne. Wewnątrz każdej „komórki” są też możliwe dalsze podziały ze względu na charakter usługi, np. B2B, B2C, P2P. Przy konstruowaniu tego modelu wykorzystano bazę ponad 9000 firm ekonomii współpracy z całego świata<sup>53</sup>, dzięki czemu można samodzielnie poznawać różnorodne, najlepiej sprawdzające się modele biznesowe w przypadku konkretnych usług.

Warto dodać, że tradycyjne określenia, takie jak sektor lub branża, nie zawsze mogą być odnoszone wprost do różnych podmiotów ekonomii współpracy. Ekonomia współpracy rządzi się nieco innymi zasadami i tradycyjne podziały na branże, procesy i łańcuchy wartości nie oddają dobrze jej specyfiki. W związku z tym, aby osiągnąć sukces w którejkolwiek z „branż” konieczna jest dokładna analiza mechanizmów, procesów i kultury organizacyjnej ekonomii współpracy jako takiej.

Collaborative economy honeycomb w wersji 3.0 obrazuje jak szybko rozwijają się nowe modele biznesowe. Trudno przewidzieć w którym kierunku rozwinię się collaborative economy. Obecnie dostrzega się dynamiczny rozwój modeli z sektora transportu typu Uber lub BlaBlaCar i ich wpływu na inne obszary gospodarki. Prawdopodobnie w przyszłości nastąpi dysrupcja kolejnych branż oraz obszarów ekonomii.

Ze względu na brak technicznej możliwości tłumaczenia logos firm oraz ewentualnych strat merytoryki pozostałych elementów w pracy zaprezentowano oryginalną wersję plastra miodu ekonomii współpracy.

Biorąc pod uwagę tradycyjne branże w gospodarce można wyróżnić następujące obszary ekonomii współpracy już obserwowane w Polsce:

- TRANSPORT – współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go),
- TRANSPORT – współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo),

---

<sup>53</sup> [www.meshing.it](http://www.meshing.it) - serwis skupiający firmy ekonomii współpracy z całego świata.

- TRANSPORT – wspólne przejazdy prywatnym samochodem pomiędzy miastami - (nie autostop; np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl),
- NIERUCHOMOŚCI – udostępnianie prywatnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy - (nie pensjonaty; np. Airbnb, Couchsurfing),
- EDUKACJA – kursy i szkolenia online (np. Khan Academy, Coursera),
- USŁUGI – świadczenie usług przez prywatne osoby - nie tablice ogłoszeń, nie portale oceniające specjalistów (np. TakeTask, Freelancer.com),
- NIERUCHOMOŚCI – biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. Business Link, mymeetingrooms),
- FINANSE – współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl),
- ŻYWNOŚĆ - sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników - nie bazar (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze),
- ROZRYWKA – streaming video oraz muzyki (np. Spotify, WIMP, Deezer, Netflix),
- MEDIA – media społecznościowe (np. Facebook, Youtube, Instagram),
- DOBRA – sprzedaż i wymiana przedmiotów (np. Gumtree, Allegro, Olx).

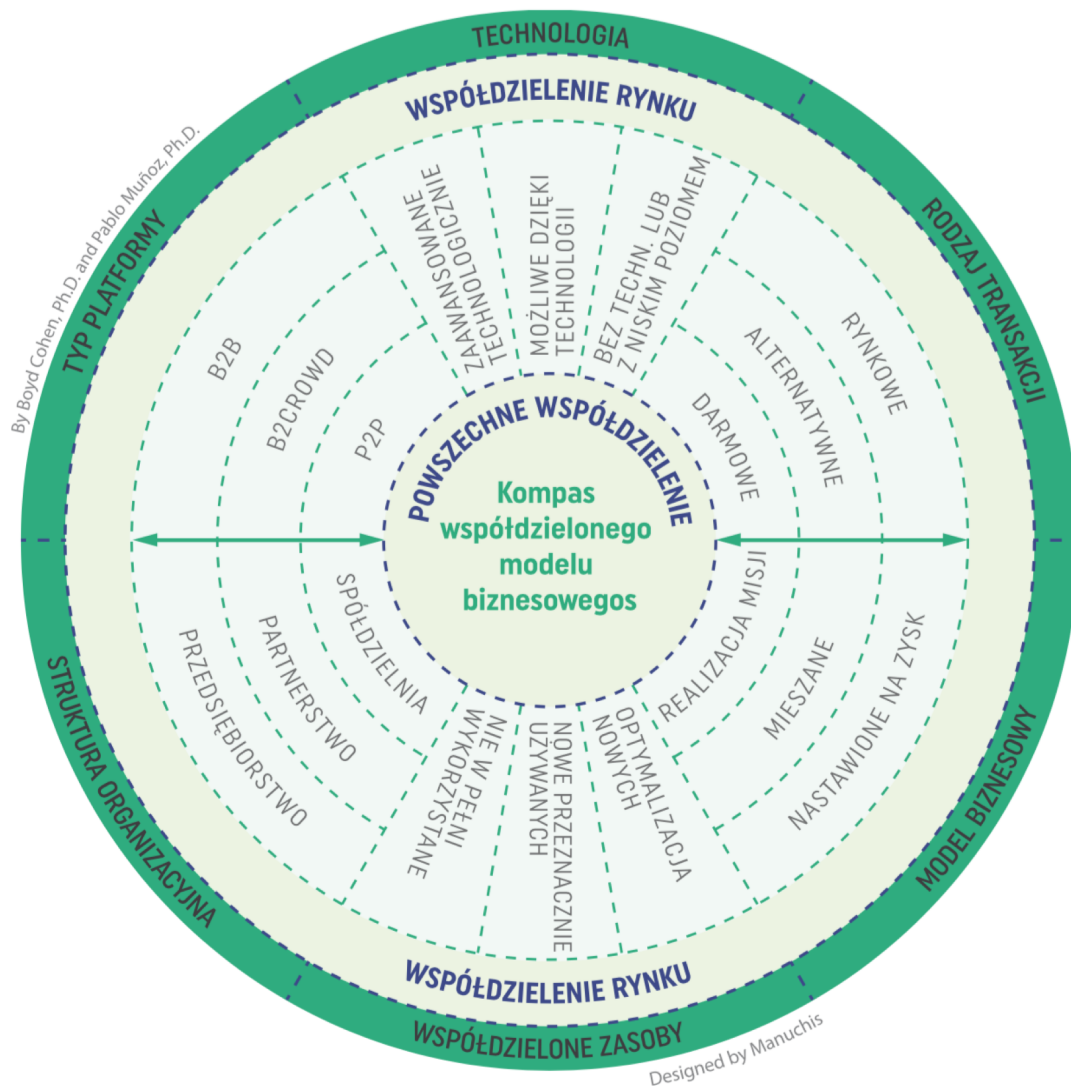
Interesujące ujęcie porządkujące nieco zrozumienie zjawiska sharing oraz collaborative economy przedstawili w swojej książce B. Cohen oraz P. Muñoz. Podjęli oni próbę analizy różnych modeli biznesowych i stworzyli pierwszy na świecie kompas współdzielonego modelu biznesowego<sup>54</sup>. Na rysunku 8 przedstawiono przetłumaczony kompas autorstwa ww. naukowców. W powyższym modelu autorzy wyróżniają kilka zmiennych, które mają wpływ na rodzaj współdzielonego rynku. Są to:

1. technologia,
2. rodzaj transakcji,
3. model biznesowy,
4. współdzielone zasoby,
5. struktura organizacyjna,
6. typ platformy.

---

<sup>54</sup> B. Cohen oraz P. Muñoz, *The Emergence of the Urban Entrepreneur: How the Growth of Cities and the Sharing Economy Are Driving a New Breed of Innovators*, ABC-CLIO, Santa Barbara, 2016, str. 46.

Zastosowany podział prezentuje unikalne podejście do modeli biznesowych collaborative economy. Autorzy w sposób bardzo kompleksowy wyróżnili wewnątrz każdego z wycinków kompasu możliwe warianty. Wewnątrz technologii można wyróżnić warianty: zaawansowane, możliwe tylko dzięki technologii oraz nie wymagające lub z niskim poziomem technologii. Ze względu na rodzaj transakcji wyróżniono transakcje: rynkowe, alternatywne oraz darmowe. Modele biznesowe mogą przyjąć następującą formę: nastawione na zysk, mieszane oraz realizujące misję. Ze względu na



Rysunek 8. Kompas współdzielonego modelu biznesowego

Źródło: B. Cohen oraz P. Muñoz, The Emergence of the Urban Entrepreneur: How the Growth of Cities and the Sharing Economy Are Driving a New Breed of Innovators, ABC-CLIO, Santa Barbara, 2016.

współdzielenie zasobów wyróżniono: optymalizację nowych zasobów, nowe przeznaczenie używanych rzeczy oraz nie w pełni wykorzystane. Autorzy wskazali również 3 możliwe formy organizacyjne: spółdzielnie, partnerstwo oraz przedsiębiorstwo. Biorąc pod uwagę typ platformy dokonano podziału na: B2B (business to business), B2CROWD (business to crowd) oraz P2P (peer to peer). Zaprezentowany model stanowi innowacyjne podejście do modeli collaborative economy. W sposób awangardowy prezentuje modelowe zestawienie większości elementów składowych modeli biznesowych ekonomii współpracy. Początkowa analiza modelu przedstawionego na rysunku 8 może sugerować, że modele biznesowe collaborative economy są do siebie podobne, jednakże po przeprowadzeniu szczegółowej analizy stwierdzono, że modele biznesowe ekonomii współpracy charakteryzują się dużą różnorodnością.

### 3.1. Branża transportowa (obszary, koszty i korzyści)

Transport jest jedną z głównych gałęzi większości gospodarek światowych. W Polsce w branży transportowej pracuje około 7% zatrudnionych, którzy wytwarzają około 10% polskiego PKB. Przychody generowane przez branżę transportową szacuje się na około 60 miliardów złotych rocznie<sup>55</sup>. Według różnych szacunków średni udział kosztów transportu oraz usług transportowych wynosi od 10% do 15% wszystkich kosztów produktów końcowych w Unii Europejskiej. Transport to jeden z głównych filarów światowej gospodarki, który decyduje o rozwoju całej ekonomii, a w dużej mierze także ekonomii współpracy.

Średnie wykorzystanie prywatnego samochodu osobowego wynosi 3-5% w ciągu roku. Oznacza to, że przez zdecydowaną większość czasu samochód stoi na parkingu, generując dodatkowe koszty. Jeżeli dodamy do tego fakt, iż w przypadku osób posiadających samochód, stanowi on najczęściej jedną z najdroższych posiadanych rzeczy, to z ekonomicznego punktu widzenia posiadanie samochodu na własność może okazać się irracjonalne. Szczególnie, że według danych Eurostatu wydatki na transport stanowią aż 13,2% budżetów gospodarstw domowych w Unii Europejskiej<sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> <http://wyborcza.pl/1,155287,18977575,polski-transport-ma-sie-lepiej.html> (odczyt 05.07.2016)

<sup>56</sup> <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (odczyt 11.07.2016)

Na potrzeby rozprawy doktorskiej przyjęto określenia obszarów, które obejmują często kilka branż lub gałęzi gospodarki. Przykładowo obszar transportu w ekonomii współpracy obejmuje: transport ludzi i towarów; transport miejski, międzymiastowy oraz międzynarodowy; wynajem pojazdów; logistykę oraz magazynowanie towarów. Biorąc pod uwagę polskie uwarunkowania, takie jak obecny etap rozwoju ekonomii współpracy, wielkość poszczególnych branż, a także możliwość badania, powstał podział nieco odbiegający od podziału przyjętego przez Crowd Companies. W tabelach 3 oraz 4 przedstawiono największe światowe inwestycje w obszarze ekonomii współpracy odpowiednio w obszarach transportu oraz logistyki.

Transport w ekonomii współpracy oznacza: mobilność osób oraz transport i magazynowanie towarów, nie obejmuje natomiast branży produkcji środków transportu. W dużym uproszczeniu ekonomia współpracy jest obecna w transporcie od wielu lat poprzez takie zjawiska jak autostop, czy wspólne dojazdy do pracy czy szkoły zarówno organizowane przez firmę/szkoły w formie transportu masowego, jak i przez osoby mieszkające obok siebie. Są to też popularne wypożyczalnie samochodowe czy usługi Taxi, dzięki którym środki transportu są wykorzystywane przez wiele osób. Brakuje

Tabela 3. Wartość 10 największych inwestycji w obszarze transportu na świecie

Nazwa firmy	Kwota inwestycji w USD
Uber	8 815 050 000
Didi Kuaidi	5 367 000 000
Lytf	2 012 500 000
Ola	1 176 830 000
YongChe	790 000 000
GrabTaxi	680 000 000
BlaBlaCar	310 000 000
Gett	220 000 000
Hailo	100 600 000
Rocket Taxi (Easy Taxi)	77 000 000
Suma	19 548 980 000

Źródło: Crowd Companies, maj 2015.

Tabela 4. Wartość 10 największych inwestycji w obszarze logistyki na świecie

Nazwa firmy	Kwota inwestycji w USD
Instacart	274 800 000
Postmates	138 010 000
Trucker Path	21 500 000
Bellhops	15 000 000
Deliv	12 400 000
Shyp	12 100 000
MakeSpace	10 100 000
LaLaMove	10 000 000
Roadie	10 000 000
Boxbee	7 300 000
Suma	511 210 000

Źródło: Crowd Companies, maj 2015.

w nich jednak elementów nowoczesnej technologii, dlatego nie są to klasyczne przykłady ekonomii współpracy.

W ostatnich kilku latach można zaobserwować pojawienie się licznych nowych modeli organizacji na tym rynku, co w dużej mierze jest efektem wzrostu penetracji smartfonów z geolokalizacją. Obecnie autostop zastąpiony jest poprzez aplikacje typu Ride Sharing (np. BlaBlaCar), gdzie użytkownicy mogą się współdzielić koszty przejazdu. Wypożyczalnie samochodów mają nowych konkurentów w postaci firm oferujących samochody dostępnych w różnych miejscach w mieście bez formalności – wystarczy mieć tylko odpowiednią kartę (np. Car2Go) lub też aplikacje, które pozwalają właścicielom odpłatnie wypożyczać swoje samochody innym użytkownikom (np. WolneAuto.pl). Taksówki mają konkurencję w aplikacjach typu Ride as a Service, gdzie osoba wykorzystuje swój wolny czas i środek transportu, aby wozić innych użytkowników (np. Uber). Poza samochodami bardzo popularne stały się wypożyczalnie rowerów miejskich, które są dostępne we wskazanych miejscach dla zarejestrowanych w systemie użytkowników (np. Nextbike). Właściciele rowerów również mogą je łatwo wypożyczać poprzez odpowiednie wypożyczalnie w aplikacjach (np.

cyclingboom.com). Inne środki transportu takie jak łodzie, helikoptery, samoloty są również współużytkowane, wynajmowane i dostępne w modelu Ride as a Service (np. Getmyboat). Jednocześnie rośnie rynek dla usług wynajmu parkingu (and Parking as a Service), w czasie gdy się go nie używa (np. polski iparkomat.com).

W transporcie towarów również pojawiają się innowacje, które pozwalają optymalizować już zaplanowane przejazdy. Użytkownicy portali (np. Jadedziobore.pl) jadąc na zaplanowanej trasie przewieźć komuś przesyłkę wykorzystując miejsce w bagażniku. Rozwijają się również usługi kurierskie miejskie, które oferuje zarówno Uber z usługą Uber Rush, ale też portale dostarczające zakupy ze sklepów do domu w bardzo krótkim czasie. Część firm ma własną flotę kierowców (np. instacart), a część opera się na społecznościowym modelu (np. Postmates), w którym kurierami są osoby posiadające odpowiednią aplikację po uprzedniej weryfikacji tożsamości przez serwis. W obszarze logistyki pojawiły się rozwiązania magazynowe (np. Roost), które łączą osoby, które mają coś do przechowania (np. kartony z pamiątkami) z osobami, które mają wolną przestrzeń magazynową. Rocznie Amerykanie wydają na usługi magazynowe 24 mld USD, zatem potencjał dla takich aplikacji jest duży.

Analizując dlaczego rynek transportowy przyciąga większość, bo ok. 60%<sup>57</sup> wszystkich inwestycji w collaborative economy należy zwrócić uwagę na zasadniczą przewagę kosztową jaką posiada. Dla osoby wchodzącej na rynek usług transportowych oznacza to lepsze wykorzystanie już posiadanych zasobów, czyli samochodu, który przez większość czasu stoi nieużywany. Osoby takie nie ponoszą, tak jak firmy transportowe, wydatku inwestycyjnego, gdy chcą wypożyczyć swój samochód, nie płacą za czas pracy, gdy kogoś wożą, tylko inkasują cały zysk i często nie patrzą na koszty paliwa, gdyż i tak jadą w danym kierunku, zatem dodatkowe osoby lub paczki w ich samochodzie pozwalają im zaoszczędzić część wydatku, który i tak musieliby ponieść. Prawdopodobnie sytuacja ulegnie jeszcze większej zmianie wraz z pojawieniem się w pełni autonomicznych samochodów po 2020 roku i, według optymistycznych scenariuszy po zdominowaniu przez nie transportu w ciągu kolejnych 10-15 lat. Połączenie trendów w zakresie samochodów autonomicznych oraz samochodów elektrycznych zasilanych z odnawialnych źródeł energii i współużytkowania

---

<sup>57</sup> www.crowdcompanies.com (odczyt 20.07.2016)



w zintegrowany system transportowy może przy zachowaniu tego samego poziomu mobilności, obniżyć koszt przejazdu nawet 10-krotnie, przy 10-krotnie mniejszej liczbie wypadków. Potrzeba będzie wykorzystywać od 20 do 100 razy mniej samochodów<sup>58</sup>. Jest to optymistyczny scenariusz. Wiele marek samochodowych włącza się aktywnie w realizację tej wizji – firma Tesla ogłosiła że wprowadzi program, w którym kierowcy autonomicznych samochodów będą mieli możliwość ich wynajmowania w czasie gdy ich nie używają. Firma Audi uruchomiła testową usługę Audiondemand, w której samochody są dostarczane przez pracowników Audi, ale docelowo samochody będą same przyjeżdżały we wskazane miejsce. Taka rewolucja transportowa będzie miała daleko idące skutki, zarówno negatywne w postaci wzrostu bezrobocia wśród kierowców, które w samych USA może osiągnąć 10 mln osób<sup>59</sup>, ale i pozytywne, takie jak mniejsze obciążenie środowiska spalinami, czy odpadami z produkcji aut, większą ilość terenów zielonych w miastach (ze względu na mniejsze zapotrzebowanie na parkingi), mniejsza liczba ofiar wypadków i krótszy czas, który obecnie poświęcamy na prowadzenie samochodu w mieście.

Transport jest obecnie najbardziej rozwiniętym obszarem w ekonomii współpracy – jest najbardziej rozpoznawalny i najwięcej ludzi ma z nim do czynienia. Usługi takie jak BlaBlaCar oraz Uber od samego początku są tuzami ekonomii współpracy oraz najczęściej przywoływanymi przykładami. W firmy transportowe z obszaru ekonomii współpracy zainwestowano na całym świecie ponad 20 miliardów dolarów. Prezentowany obszar transportu jest bardzo szeroko rozumiany. Reasumując, można wyróżnić następujące działy transportu w ekonomii współpracy:

- transport miejski, międzymiastowy oraz międzynarodowy,
- współużytkowanie i wynajem pojazdów peer to peer oraz B2C,
- usługi typu ride as a service,
- logistykę,
- lokalne dostawy,
- magazynowanie towarów,

---

<sup>58</sup> <https://www.pwc.com/gx/en/automotive/autofacts/analyst-notes/pdf/pwc-analyst-note-e-mobility-europe-january-2016.pdf>

<sup>59</sup> <https://www.pwc.com/gx/en/automotive/autofacts/analyst-notes/pdf/pwc-analyst-note-e-mobility-europe-january-2016.pdf>

- współużytkowanie i wynajem łodzi,
- usługi serwisowe aut.

## Pierwsze inwestycje

W 2016 roku transport był najbardziej rozwiniętym obszarem collaborative economy, ponieważ w poprzednich kilku latach to właśnie w ten obszar inwestorzy zainwestowali najwięcej środków. To prawdopodobnie potencjał szybkiego wzrostu oraz możliwość budowania usług wokół transportu zachęciły inwestorów do tak wysokich alokacji kapitału.

W tak dynamicznie zmieniającym się otoczeniu jakim są nowe aplikacje oraz przedsiębiorstwa funkcjonujące w modelu ekonomii współpracy modele biznesowe często ulegają zmianie lub modyfikacji. W transporcie można wyróżnić następujące modele biznesowe collaborative economy:

Ride as a service - przejazd jako usługa, czyli opłata za wykonaną usługę to jeden z najbardziej popularnych modeli biznesowych w transporcie. Wykorzystanie technologii do rozliczeń opłat umożliwiło takim firmom jak Uber wprowadzenie zróżnicowanych stawek w zależności od popytu i podaży usług, np. w sylwestrową noc stawka za przejazd wynosiła 8-krotność stawki podstawowej. Model Ride as a Service oparty jest o prowizję, np. Uber pobiera 20% prowizji od finalnej kwoty za przejazd, a pozostała kwota stanowi przychód kierowcy. Od lutego 2016 roku kierowcy Ubera w Polsce muszą posiadać własną działalność gospodarczą i wystawiają Uberowi faktury za podwykonawstwo usługi. W BlaBlaCar natomiast nie ma przychodu, ponieważ pasażerowie uczestniczą tylko w kosztach paliwa, a zarabianie jest zabronione przez regulamin. BlaBlaCar od marca 2016 roku wprowadziło w Polsce zróżnicowany model prowizyjny, który wynosi ok. 20% wartości składki na paliwo (min. 3 zł od przejazdu).

Sharing/rental - model udostępniania/wypożyczania środków transportu (rowerów, samochodów, skuterów, łodzi). Najbardziej popularnymi usługami są:

- carsharing G2C<sup>60</sup>/B2C - Car2go, DriveNow - systemy współużytkowania samochodów. Największymi dostawcami carsharingu są m. in. producenci

---

<sup>60</sup> Government to consumer - model rząd do klienta.

samochodów Mercedes oraz BMW. Użytkownik po założeniu konta w serwisie, uzyskuje dostęp poprzez aplikację mobilną lub kartę RFID do wszystkich samochodów w systemie. Po wejściu do auta uruchamia się naliczanie minutowe.

- carsharing P2P - Turo, Getaround - usługa peer to peer. Każdy, kto posiada własne auto może dodać je do systemu carsharingu w celu udostępnienia go odpłatnie innym osobom.
- Bike sharing G2C/B2C - Nextbike - współużytkowane rowery miejsce. System bike sharing najczęściej dostarczany jest w ścisłej współpracy z władzami lokalnymi danego miasta, ponieważ wymagają wybudowania stacji dokujących. Zaczynają pojawiać się już platformy P2P.

Parking as a Service - w usługach typu iparkomat, justpark, gdzie klient dokonuje opłaty za jednorazowe wykorzystanie prywatnego miejsca parkingowego. Przykładowo w Warszawie miejsca oferowane przez iparkomat są ponad dwukrotnie tańsze niż miejsca w płatnych strefach parkowania.

Storage as a Service – model, w którym użytkownik płaci za magazynowanie swoich przedmiotów. Firmy typu MakeSpace oferują dostęp do przechowywanych przedmiotów oraz darmową dostawę i odbiór door to door.

Delivery as a Service - umożliwia dostawę przesyłek nawet tego samego dnia. Model polega na łączeniu osób przemieszczających się w danym kierunku (np. z miasta A do miasta B) z osobami, które potrzebują dostarczyć przesyłkę lub zakupy z tych samych miejsc. Firmy takie jak jalezabioire.pl lub postmates.com oferują również transport przesyłek niestandardowych lub delikatnych, których dostawa przez tradycyjną firmę kurierską byłaby niemożliwa.

Subskrypcyjny - najczęściej miesięczny lub tygodniowy abonament, który zapewnia dostęp do oferowanych przez firmę usług. W ofercie firm z obszaru transportu w ekonomii współpracy funkcjonuje wiele rodzajów subskrypcji, oferujących różne usługi, np. Luxe. Firma Luxe oferuje tzw. valet service, czyli możliwość zaparkowania czyjegoś samochodu w mieście. Klienci firmy nie tracą czasu na znalezienie miejsca parkingowego w zatłoczonych centrach miast, zamawiają poprzez aplikację mobilną w dokładnym miejscu osobę, która przejmie od nich ich auto i zajmie się nim

w wyznaczonym czasie. Firmy typu Luxe oferują w czasie „opiekowania się” samochodem dodatkowe usługi, np. mycie samochodu lub zatankowanie paliwa.

Jednym z głównych trendów, które spowodowały tak dynamiczny rozwój ekonomii współpracy w obszarze branży transportowej jest stały wzrost mobilności ludzi. Trend ten jest widoczny na całym świecie - najbardziej w krajach średnio i wysoko rozwiniętych. Zwiększa się nie tylko częstotliwość z jaką podróżujemy, ale również odległość oraz prędkość przemieszczania się. Wzrost mobilności obserwowany jest zarówno w miastach, pomiędzy nimi, a także w transporcie międzynarodowym.

W Polsce największy wzrost mobilności obserwowany jest w transporcie kołowym, który stanowi obecnie około 80% wszystkich przewozów. Według badań OECD w ciągu ostatnich 20 lat liczba pasażerów samochodów w Polsce zwiększyła się około czterokrotnie, a pasażerów samolotów - dwukrotnie, zmniejszyła się natomiast (o około 50%) liczba pasażerów w pojazdach kolejowych oraz autobusowych<sup>61</sup>.

Według badania Samar i Deloitte Consulting<sup>62</sup> średnia wartość nowego samochodu sprzedawanego w Polsce to 90 000 zł. Natomiast według danych z Centralnej Ewidencji Pojazdów, średnia wieku samochodów jeżdżących po polskich drogach to 16 lat. Realny wiek przytaczany przez ekspertów branży jest nieco niższy - 12-13 lat. Nie zmienia to jednak faktu, że statystyczne auto Polaka jest stare, mało bezpieczne i nieekologiczne. W tabeli 5 zaprezentowano uproszczony model kosztów posiadania nowego oraz przeciętnego auta w Polsce przez okres 3 lat dla statystycznego mieszkańca miasta vs. koszt korzystania z usługi typu Uber.

Z uproszczonej kalkulacji (tab. 5) wynika, że zamiast kupić nowe auto jeżdżąc ok. 1000 km miesięcznie bardziej, opłaca nam się korzystać na stałe z Ubera. Natomiast Uber nie jest w stanie konkurować na polu ekonomicznym z zakupem starszego samochodu. Całkowita opłacalność takiego rozwiązania musiałby wziąć pod uwagę alternatywny koszt czasu i „koszt” bezpieczeństwa korzystania ze starszego samochodu, które są subiektywne i dlatego nie były brane pod uwagę w kalkulacji. Oczywiście, im droższe auto, tym więcej kilometrów powinniśmy przejechać, aby inwestycja była opłacalna z punktu widzenia ekonomicznego.

<sup>61</sup> <https://data.oecd.org/transport/passenger-transport.htm> (odczyt 10.08.2016)

<sup>62</sup> <http://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/press-releases/articles/DNB-indeks-cen-auto-moto.html> (odczyt 10.08.2016)

Tabela 5. Porównanie kosztów własnego samochodu z Uber

Pozycje kosztowe w ciągu 3 lat	Wariant 1. Przeciętne nowe auto kupowane w polskim salonie (koszt w zł)	Wariant 2. Przeciętne używane auto w (koszt w zł)
Zakup samochodu	90000	18000
Koszt kapitału 5% rocznie	13500	2700
Utrata na wartości	40000	5000
Ubezpieczenie OC	3000	2200
Ubezpieczenie AC	12000	2500
Przeglądy	2000	1500
Naprawy + wymiana opon	3000	6000
Paliwo na 35000 km	11200	11200
Wynajem miejsca postojowego + parkingi miejskie	7200	7200
Suma kosztów eksploatacji	91900	38300
Koszt przejechanego kilometra w zł	2.63	1.09
Liczba kilometrów możliwa do przejechania w Uberze	38292	15958
Uber względem własnego samochodu	-8,60%	119,32%

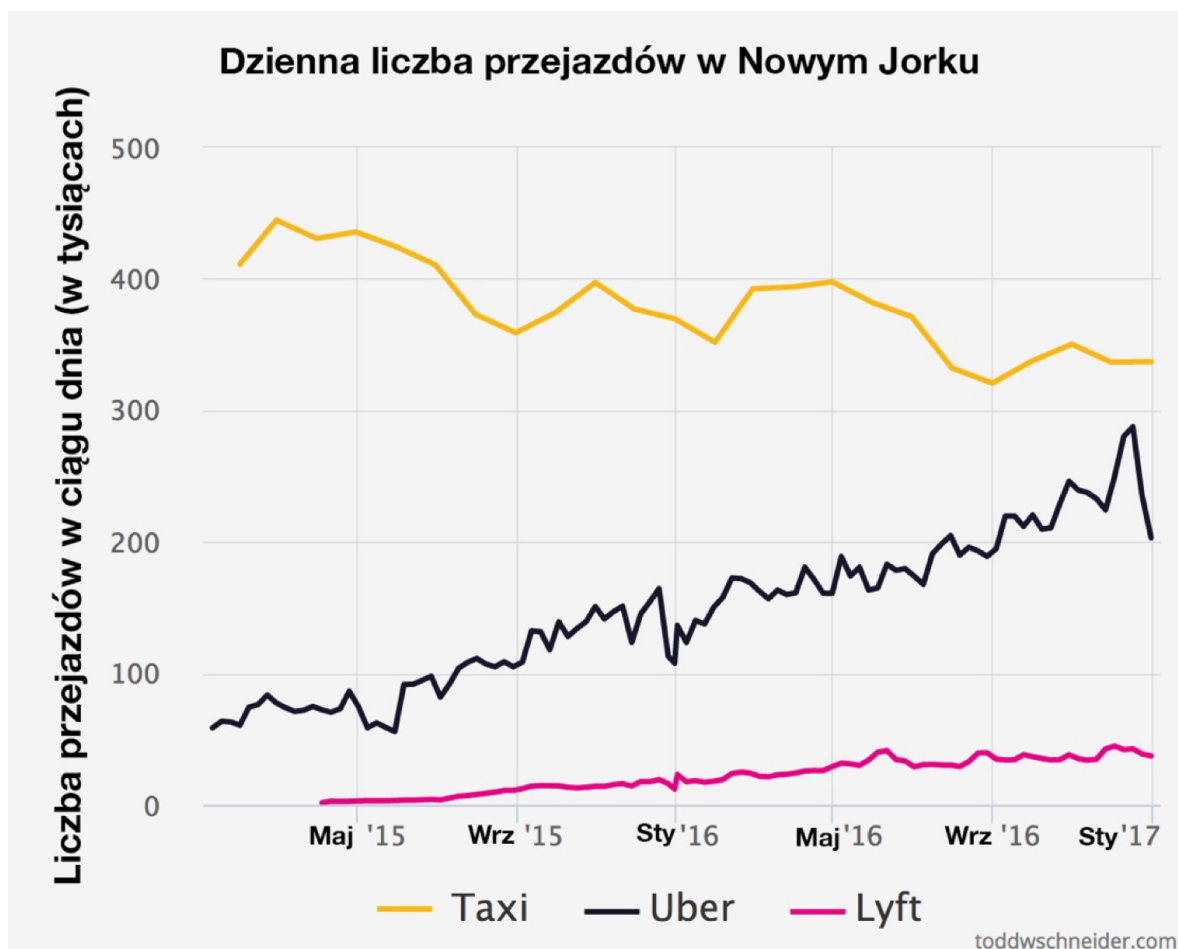
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisów darmowa-wycena-aut.pl, rankomat.pl, uber.com.

Zestawiając ze sobą kilka faktów dotyczących stosunkowo niskiego procentowego wykorzystania samochodu prywatnego do transportu 3-5% (czasu posiadania samochodu) oraz stosunkowo wysokiego kosztu zakupu i utrzymania - jest pierwsze lub drugie najbardziej wartościowe dobro posiadane przez konsumentów, możemy dojść do wniosku, iż w tym obszarze istnieje ogromny potencjał do optymalizacji. Tłumaczy to wielkie sukcesy aplikacji typu Uber, Lyft, Gett, Didi Kuaidi, Wunder, Hailo, Grab Taxi itp. W bardzo prosty sposób optymalizują one transport poprzez wykorzystanie do tej pory niewykorzystanych zasobów w gospodarce w postaci aut generujących koszty i czasu, którym dysponują ich właściciele. Podobnie jest w przypadku aut, w których podróżuje tylko kierowca - dzięki ekonomii współpracy możliwa jest optymalizacja w postaci zwiększenia liczby osób w autach zmierzających w tym samym kierunku - BlaBlaCar, Inonecar, itd. Według analiz Komisji Europejskiej

w samej tylko Unii Europejskiej korki oraz zatory na drogach generują straty w wysokości 1% PKB, czyli ok. 143 bilionów euro rocznie. Prawdopodobnie ekonomia współpracy nie rozwiąże wszystkich tych problemów, jednak wzrost poziomu wykorzystania zasobów na pewno przyczyni się do zmniejszenia ich wielkości. Nie bez znaczenia są też korzyści ekologiczne. Podróż w kilka osób przyczynia się do zmniejszenia zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Jak wynika z danych podawanych przez BlaBlaCar, w wyniku weryfikacji profili osoby, które wspólnie umawiają się na przejazd pomiędzy miastami bardzo często podają jako jeden z głównych benefitów możliwość poznania nowych i ciekawych osób. Ekonomia współpracy w obszarze transportu przyczynia się więc także do poprawy kapitału społecznego oraz do zawierania nowych przyjaźni i więzi międzyludzkich.

Disruptive factor w transporcie wynosi 8/10. To subiektywny poziom innowacyjnej dysrupcji ekonomii współpracy w danej branży. Jest to subiektywna ocena autora rozprawy na podstawie eksperckiej wiedzy na temat danego sektora gospodarki. Innowacyjna dysrupcja (z ang. disruptive innovation) polega na stworzeniu nowego rynku w którym dostarczane są nowe dobra lub usługi dostarczające nowe wartości dodane.

Niektóre firmy funkcjonujące w obszarze transportu w modelu ekonomii współpracy wywierają znaczący wpływ na pozostałą część rynku. Największa platforma do przewozu osób w Nowym Jorku - Uber w okresie od stycznia 2014 do stycznia 2015 zanotowała wzrost o 150%. Warto jednak pamiętać o tym, że wartość całego rynku, czyli tradycyjne taxi + Uber i Lyft wzrosła o prawie 10%. Według danych firmy Uber podobne zależności występują na większości rynków. Pojawienie się nowych graczy odbiera część rynku taksówkarzom, jednocześnie zwiększając jego wielkość. Istnieje więc duża grupa klientów, która przed pojawieniem się aplikacji typu Uber, Lyft, Hailo, Ola, Juno, itp. nie korzystała z tradycyjnych taksówek z różnych powodów. Wejście na rynek nowych graczy oferujących usługę transportu wysokiej jakości w konkurencyjnej cenie spowodowało, iż zaczęli oni korzystać z tego typu transportu miejskiego. Pełne zestawienie dziennej liczby przejazdów w Nowym Jorku zaprezentowano na rysunku 9. Wyraźnie widać jak usługi w modelu ekonomii współpracy wpływają na rynek usług prywatnych transportowych w Nowym Jorku. W początkowym momencie swojej



Rysunek 9. Dzienna liczba przejazdów Taxi, Uber oraz Lyft w Nowym Jorku

Źródło: [www.toddwschneider.com](http://www.toddwschneider.com) (odeczyt 08.02.2017).

obecności na rynku Uber nie stanowił realnego zagrożenia, powodując jedynie zwiększenie rynku przewozu osób. Jednak po kilku latach obecności na rynku w Nowym Jorku coraz większa liczba konsumentów decyduje się korzystać z usług w modelu ekonomii współpracy. Z kolei w San Francisco, mieście w którym Uber zaczął swoją działalność i w którym świadczy swoje usługi najdłużej liczbą kierowców Ubera kilkukrotnie przewyższa liczbę taksówkarzy, których ponad 1/3 zdecydowała się porzucić pracę w korporacji i jeździć jako Uber.

Na początku 2016 roku miejski rzecznik konsumentów w Krakowie, zwrócił się do UOKiK o wszczęcie postępowania w sprawie nieuczciwych - jego zdaniem - praktyk Ubera, mogących naruszać interes pasażerów. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w kwietniu 2016 roku odpowiedział na zawiadomienie rzecznika, informując, że wprowadzenie "modelu biznesowego Ubera narusza istniejący ład regulacyjny na

rynku przewozu osób taksówką", ale UOKiK nie widzi powodu do wszczęcia postępowania. Co więcej, UOKiK podkreślił w swojej opinii, że pojawienie się na rynku przewozu osób graczy takich jak Uber jest korzystne dla klientów, ponieważ podnosi jakość usług.

Sytuacja wygląda bardzo podobnie w przypadku transportu międzymiastowego. Aplikacje typu BlaBlaCar (ponad 25 mln użytkowników), cały czas zyskują na popularności, stając się realną alternatywą dla transportu autokarowego, kolejowego, a nawet lotniczego. Według szacunków BlaBlaCar 80% wszystkich podróży pomiędzy miastami w Europie odbywa się samochodami. BlaBlaCar oferując przejazdy na trasach: Warszawa - Gdańsk - 37 zł, Warszawa - Kraków - 36 zł, Kraków - Częstochowa - 15 zł, Warszawa - Wrocław - 40 zł, stanowi poważną konkurencję nie tylko dla przewozów autokarowych, ale i kolejowych, których ceny często są kilkukrotnie wyższe, np. PKP IC Warszawa - Gdańsk - 150 zł, Warszawa - Wrocław - 150 zł (dane z września 2016 roku).

Miesięcznie poprzez serwis umawia się ponad 2 mln przejazdów, co jest odpowiednikiem ok. 4000 pełnych składów TGV. W 2013 roku BlaBlaCar wyprzedziło pod względem liczby przewożonych pasażerów jednego z największych operatorów kolejowych w Europie - Eurostar. Tempo wzrostu usług transportowych w modelu ekonomii współpracy cały czas utrzymuje się na dwucyfrowym poziomie, można więc przypuszczać, iż w kolejnych latach grono ich klientów będzie się powiększało kosztem tradycyjnych form transportu, takich jak autokary i pociągi.

Przed dużym wyzwaniem stoją również firmy logistyczne oraz rynek usług pocztowych - DHL, UPS, FedEx, TNT, GLS, InPost, Poczta Polska, Siódemka itp. W momencie kiedy firmy oparte o model ekonomii współpracy takie jak Jadedziobore.pl, Instacart, UberRUSH, Postmates itp. osiągną wystarczającą liczbę użytkowników, aby świadczyć usługi globalnie, będą one zarówno dużo bardziej konkurencyjne cenowo, jak i przede wszystkim jakościowo, gdyż czas dostarczenia przesyłki zostanie zoptymalizowany do maksimum. Może to w znaczący sposób wpłynąć na całą branżę usług logistycznych, w których obecnie "świętym Graalem" jest dostawa tego samego dnia oraz rozwiązanie problemu ostatniej mili. Ostatnia mila w procesie dostaw przesyłek jest najtrudniejsza z punktu widzenia optymalizacji całego procesu. Dzięki



technologii i odpowiedniej skali, firmy oparte o P2P mogą wyeliminować oba powyższe problemy.

Ekonomia współpracy ma też wpływ na sprzedaż i produkcję samochodów osobowych. Stale rosnący trend „dostęp ponad posiadanie” powoduje, iż w najbliższych latach konsumpcja samochodów w krajach wysoko rozwiniętych będzie spadała. Niestety, jak dotąd nie udało się jeszcze przeprowadzić szczegółowej analizy wpływu rozwoju ekonomii współpracy na sprzedaż aut globalnie, ponieważ z roku na rok

Tabela 6. Zestawienie możliwej wartości rynku usług P2P w Stanach Zjednoczonych

<b>Przejazdy P2P</b>	
Liczba mil przejechanych dzięki przejazdom P2P	4000
Koszt przejechania jednej mili w przejazdach P2P	2 USD
Koszt wspólnych przejazdów P2P	8000 USD
<b>Wypożyczalnie aut P2P</b>	
Liczba mil przejechanych autem z wypożyczalni P2P	2000
Liczba dni wypożyczania aut	67
Koszt wypożyczenia auta na 1 dzień	40 USD
Koszt wypożyczenia auta P2P	2667 USD
<b>Suma na osobę</b>	<b>10667 USD</b>
1% populacji USA posiadających samochód (liczba osób)	2080000 USD
Możliwość watości rynku P2P dla 1% populacji USA posiadających samochód	22187360000 USD

Źródło: Piper Jaffray, Departament Transportu USA, strony internetowe wypożyczalni oraz serwisów P2P.

produkcja rośnie za sprawą rynków wschodzących. Firma Piper Jaffray szacuje jedynie, że każdy 1% kierowców w USA, którzy zrezygnują z posiadania własnego auta i zdecydują się korzystać tylko z usług w modelu ekonomii współpracy, spowoduje wzrost wartości nowego rynku o 22,2 miliarda dolarów (tabela 6).

Zwiększenie efektywności spowoduje, że mniejsza liczba aut będzie w stanie przetransportować większą ilość osób i towarów. Wpłyne to pozytywnie nie tylko na środowisko naturalne, ale również na poprawienie jakości życia, poprzez zmniejszenie liczby samochodów na ulicach miast.

### 3.2. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży transportowej

#### Uber

Powstała w 2009 roku w San Francisco amerykańska firma, która łączy osoby szukające możliwości przejazdu w obrębie swojego miasta z prywatnymi kierowcami. Usługa jest dostępna w 400 miastach w 69 krajach, i jest spółką która zgromadziła najwięcej kapitału od funduszy Venture Capital – w sumie 15 mld USD do lipca 2016 roku. W Polsce Uber pojawił się w sierpniu 2014 roku w Warszawie i w ciągu zaledwie 16 miesięcy Polska wyrosła na trzeci największy rynek dla firmy w Unii Europejskiej, po Francji i Wielkiej Brytanii. W Polsce z usługi korzysta codziennie ponad 300 tys. użytkowników w 7 miastach. Na początku działalności w Polsce kierowcą mógł być każdy kierowca spełniający określone wymagania, jednak od 19 lutego 2016 roku wymagane jest również zarejestrowanie działalności gospodarczej, dzięki czemu kierowcy regulują swoje zobowiązania podatkowe.

#### inOneCar.com

inOneCar.com to polska aplikacja i serwis, założone w 2012 roku, w której odpowiedni algorytm łączy ze sobą kierowców i pasażerów, z jednej firmy, bądź z tej samej okolicy, którzy pokonują codziennie tę samą drogę do pracy, w takich samych, bądź bardzo zbliżonych godzinach. Aplikacja pozwala dzielić koszty dojazdu do pracy, wspiera integrację współpracowników danej firmy, promuje postawy proekologiczne poprzez redukcję liczby samochodów na ulicach, jak również zmniejsza zapotrzebowanie na miejsca parkingowe. Działalność serwisu koncentruje się na rynku B2B oraz wokół społeczności akademickiej. Wśród klientów serwisu są takie firmy jak: Onet, PZU, mBank, Adgar, Capgemini, Nokia i wiele innych.

## Luxe

Firma z Doliny Krzemowej w USA. Polega na samochodowym concierge – jadąc własnym samochodem na spotkanie w obrębie miasta, możemy za drobną opłatą, zlecić innej osobie zaparkowanie samochodu, dzięki czemu możemy podjechać w dowolne miejsce door to door, nie martwiąc się o miejsce parkingowe dla samochodu. W odpowiednim momencie, w wyznaczonym miejscu, znajdzie się pracownik Luxe, który weźmie od nas kluczyki i zaopiekuje się samochodem. Firma oferuje głównie usługi parkowania w mieście, ale możemy również poprosić o zatankowanie, umycie auta lub udanie się do warsztatu na przegląd itp.

## Wolneauto.pl

Polski serwis umożliwiający carsharing P2P. Poprzez serwis możemy wypożyczyć innym osobom własne auto w rozliczeniu dobowym. Działa on na podobnej zasadzie jak Airbnb – jeżeli posiadamy własne auto, możemy zaznaczyć w kalendarzu aplikacji, w jakie dni nie będzie nam potrzebne, a aplikacja połączy nas z osobami, które chętnie za opłatą wypożyczą auto.

## Car2go

To największa na świecie firma oferująca dostęp do samochodów (carsharing) w modelu B2C. Posiada ponad 13 000 aut (głównie Smarty oraz Mercedesy) w 29 miastach w Europie oraz USA. Została założona w 2008 roku przez koncern Daimler AG, a w 2015 roku przekroczyła 1 mln użytkowników. Model biznesowy przewiduje niewielką opłatę roczną za dostęp do systemu oraz naliczanie minutowe za każdą minutę spędzoną w aucie.

## Jadezabiore.pl

Polska platforma działająca od 2014 roku łącząca prywatnych kierowców z osobami nadającymi przesyłki. Idea polega na tym aby rejestrować w portalu planowane przejazdy międzymiastowe lub nawet zagraniczne i przyjmować odpłatnie

przesyłki do przewiezienia. Przewagę portalu jest możliwość realizacji przesyłek tego samego dnia, ograniczeniem jest jednak zasięg, który nie obejmuje jeszcze całego kraju, ale duże i średniej wielkości miejscowości.

## Postmates

Firma założona w 2011 roku w San Francisco – oferuje dostawy on-demand w obrębie ponad 100 miast w USA. Udostępnia platformę oraz aplikację mobilną, przez którą każdy może zostać kurierem i dostarczyć przesyłkę dla innych osób, działa zarówno w modelu B2C, jak i C2C. Jadąc z jednego końca miasta na drugi, możemy przy okazji dostarczyć dla innej osoby jej zamówienie z restauracji lub sklepu. Firma kładzie duży nacisk na dostawy w krótszym czasie – poniżej jednej godziny od złożenia zamówienia.

## Nextbike

Niemiecka sieć bezobsługowych wypożyczalni rowerów, działająca w 14 krajach, dysponująca 17 tysiącami rowerów. W Polsce firma jest operatorem systemów bezobsługowych wypożyczalni rowerów miejskich w 10 miastach, z czego największą liczbę dostępnych rowerów (3039) oferuje system w Warszawie o nazwie Veturilo, oznaczająca w języku esperanto pojazd, środek transportu. Nazwa Veturilo została wybrana przez mieszkańców Warszawy w internetowym głosowaniu na stronie ZTM.

## iparkomat.com

Serwis pozwala zarejestrować miejsce parkingowe lub garaż do wynajęcia podając godziny, w jakich można z niego korzystać. Z drugiej strony pozwala osobom szukającym stałego miejsca parkingowego znaleźć osobę, która z tego miejsca parkingowego chce skorzystać. Miejsca postojowe, które można znaleźć w serwisie, bywają nawet o połowę tańsze niż opłaty w strefie płatnego parkowania, a do tego są często zadane i ogrzewane, z drugiej strony generują ich właścicielom nawet kilkaset złotych dodatkowego przychodu za miejsce postojowe w czasie, gdy nie jest ono przez nich używane.

### 3.3. Branża nieruchomości (obszary, koszty i korzyści)

Branża nieruchomości w ekonomii współpracy obejmuje oferowanie usług noclegowych jak i udostępnianie przestrzeni biurowych, a nie budowę, finansowanie czy obrót nieruchomościami. Największy rozwój usług noclegowych w modelu ekonomii współpracy przyniosło powstanie portalu Airbnb w 2008 roku. Serwis ten zapoczątkował nowy model biznesowy i jest obecnie największym portalem, w którym oferowane są głównie krótkoterminowe pobyty u najemców, dla których jest to dodatkowe źródło dochodu.

W tabelach 7 oraz 8 przedstawiono odpowiednio 8 oraz 4 największe inwestycje na świecie w obszarach usług noclegowych oraz coworkingu.

Według szacunków agencji badawczej HVS<sup>63</sup> pomiędzy wrześniem 2014 roku a sierpniem 2015 roku branża hotelowa straciła ok. 450 mln USD obrotu na rzecz samego portalu Airbnb. Powodów takiej sytuacji jest wiele, często stawki są niższe o 20 do 50% za nocleg w porównaniu do hoteli<sup>64</sup>, niższe koszty zarówno inwestycyjne (nieruchomość i aranżacja), jak i subiektywne koszty pracy (właściciel sam często sprząta lokal). Poza przewagą kosztową portale noclegowe mogą zaoferować

Tabela 7. Wartość 8 największych inwestycji w usługi noclegowe w CE na świecie

Usługi noclegowe	W milionach USD
Airbnb	2 395
HomeAway	500
Tujia	455
OneFineStay	81
Inspirato	69
HouseTrip	60
Couchsurfing	23
Luxury Retreats	11
Pozostałe	28
<b>SUMA</b>	<b>3 621</b>

Źródło: Crowd Companies, grudzień 2015.

<sup>63</sup> <http://www.hospitalitynet.org/news/4074708.html>

<sup>64</sup> <http://priceconomics.com/hotels/>

Tabela 8. Wartość 4 największych inwestycji w CE w usługi coworkingowe

Usługi noclegowe	W milionach USD
Work Space	1 098
WeWork	1 003
Breather	28
LiquidSpace	26
Pozostałe	41
<b>SUMA</b>	<b>2196</b>

Źródło: Crowd Companies, grudzień 2015.

różnorodność na niespotykaną skalę, od rajskiej wyspy, przez starodawny zamek, igloo, mieszkanie z praktycznie dowolnym widokiem, aż po pokój na kolejce linowej<sup>65</sup>. Co więcej, portale te mogą rozwijać się z niemożliwym do osiągnięcia dla sieci hotelów tempie, gdyż nie oczekują standaryzacji usługi, ale wymagają dobrej obsługi klientów. Dlatego bardzo ważną rolę pełnią systemy reputacyjne, dzięki którym portale mogą usunąć te lokalizacje, które nie są zgodne z opisem. System ocen ma również dodatkową funkcję – pozwala lepiej dopasowywać oferty do potrzeb klientów.

Rozwój branży będzie miał zarówno negatywny wpływ na branżę nieruchomości, np. poprzez wzrost cen mieszkań w najmie długoterminowym, zwolnienia w branży hotelarskiej, ale również pozytywne aspekty, np.: udostępnienie dodatkowego źródła dochodów oraz budowanie kapitału społecznego poprzez naukę zaufania do obcych, potwierdzoną wieloma pozytywnymi doświadczeniami ludzi na całym świecie.

Z kolei, w obszarze najmu biurowego najbardziej popularny jest Coworking, czyli usługa w której powierzchnię biurową, współdzielili wiele firm i osób pracujących jako freelancerzy. Coworking rozwija się od kilku lat bardzo dynamicznie Według badań Global Coworking Survey 87% przestrzeni coworkingowych notuje wzrost liczby wynajmujących<sup>66</sup> – średnio o 50% w porównaniu do 2014 roku i 62% z nich planuje ekspansję. Dlatego liczba przestrzeni coworkingowych na świecie podwajała się co

<sup>65</sup> <http://distractify.com/trending/2015/07/26/airbnb-amazing-places-to-stay-1197824169>

<sup>66</sup> <http://www.deskmag.com/en/2016-forecast-global-coworking-survey-results>

roku<sup>67</sup>. Dodatkowo popularyzują się inne zjawiska, jak wynajmowanie wolnych stanowisk pracy i innych pomieszczeń (np. sal konferencyjnych w [www.mymeetingrooms.pl](http://www.mymeetingrooms.pl)) na okres, gdy nie są one używane. Przekształcanie przestrzeni o małym obłożeniu w godzinach pracy na przestrzeń do pracy, aby wieczorem powracać do głównego modelu biznesowego (np. w kawiarni – Coffice<sup>68</sup>, restauracje - [www.dojobali.org](http://www.dojobali.org), kluby fitness).

Branża noclegowa ogółem rośnie zarówno w Polsce, jak i w całej Europie. Według MSiT w 2013 r. o 2,4% wzrósł popyt na usługi noclegowe, mierzony liczbą udzielonych noclegów we wszystkich turystycznych obiektach noclegowych w krajach Unii Europejskiej. W krajach o długim sezonie turystycznym i orientacji gospodarki na tę branżę, udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym wynosił ponad 90% (np. Malta, Cypr i Chorwacja). Natomiast w krajach takich jak Polska nie przekroczył 20%. Wskaźnik stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach w Polsce wyniósł w 2013 r. 33,7% (hotelowych – ok. 45%, w pensjonatach ok. 30%), czyli niemal o połowę mniej niż w krajach z południa Europy – na Cyprze 63%, na Malcie 60,5%, w Hiszpanii 54,1% i w Chorwacji 53,2%. W Polsce udział pensjonatów jest stosunkowo wysoki w porównaniu do hoteli, ale są one głównie nastawione na turystów krajowych. Pensjonaty rzadziej obsługują turystykę biznesową.

Jednocześnie stale rośnie pasażerski ruch lotniczy. Rośnie turystyka zagraniczna zorganizowana, o czym świadczy np. stale rosnąca liczba pasażerów w polskich portach lotniczych. Ze względu na przynależność do strefy Schengen nie jesteśmy w stanie dokładnie zmierzyć ruchu samochodowego. Podstawą funkcjonowania branży noclegowej w ramach ekonomii współpracy jest świadczenie odpłatnie lub nieodpłatnie usług noclegowych lub szerzej - usług polegających na zapewnieniu krótkoterminowego (do 30 dni) miejsca noclegowego. Tradycyjnie usługi takie świadczone są przez hotele, które stanowią większość rynku, zarówno pod względem obrotu, jak i liczby osób, które skorzystały z noclegu. Natomiast od dawna również wiele osób zajmuje się świadczeniem tego typu usług, wykorzystując swoje zasoby, na przykład wolny pokój, mieszkanie lub dom.

---

<sup>67</sup> <http://blog.sqwiggle.com/coworking-trends-statistics/>

<sup>68</sup> <http://www.stuff.co.nz/life-style/food-wine/10234828/Coffice-is-a-growing-work-trend>

Dla części osób jest to sposób na utrzymanie, szczególnie popularny w rejonach turystycznych, gdzie osoby takie prowadzą prywatne pensjonaty. Dla innych, jest to możliwość dodatkowego zarobku i lepszego wykorzystania posiadanych nieruchomości (wolny pokój, mieszkanie, dom) a jeszcze inni traktują to jako okazję do poznania ciekawych ludzi z całego świata, których będą mogli kiedyś odwiedzić podczas swoich podróży (np. couchsurfing).

Po Drugiej Wojnie Światowej zaczął się rozwijać ruch społeczny, który polegał na tym, że osoby udostępniały swoje miejsca noclegowe innym osobom po to, aby poznać nowych ludzi i w ciekawy sposób spędzić czas. W latach sześćdziesiątych popularna stała się zamiana domów na wakacje, gdzie właściciele dwóch domów w różnych częściach kraju lub świata umawiają się na bezgotówkowe, wzajemne udostępnianie sobie domów w określonym terminie, w ten sposób mogąc bardziej oszczędnie spędzić wakacje. Można zatem powiedzieć, że w obszarze usług noclegowych powstały pierwsze przedsięwzięcia ekonomii współpracy jeszcze zanim ta koncepcja została nazwana. Pierwszą tego typu usługą było Servas Open Doors, która wystartowała w 1949 roku, a obecnie liczy ponad 14 tys. członków, natomiast najbardziej popularny jest ruch o nazwie couchsurfing, który powstał w 1977 roku.

Drugim zjawiskiem społecznym stała się wakacyjna zamiana domów - house swapping, która polega na bezpłatnej zamianie domów przez dwie strony na określony czas lub wzajemne zapraszanie się przez dwie strony. Ruch ten zaczął się rozwijać w latach 50-tych XX wieku, ale przybrał na popularności wraz z rozwojem internetu w latach 90-tych.

W latach 70-tych XX wieku zaczął się rozwijać również Time Share, czyli wspólny zakup praw własności lub praw do użytkowania konkretnych mieszkań. Polega on na zakupie np. prawa do użytkowania danego mieszkania 2 razy na tydzień w danym miejscu lub wymiany tego prawa z inną osobą w ramach firmy oferującej taką usługę.

Wraz z rozwojem branży noclegowej, jeszcze przed uruchomieniem portalu Airbnb, wiele osób kupowało nieruchomości (np. mieszkania) w miejscowościach turystycznych, ale szybko orientowały się, że przez długi czas w roku są one nieużywane. Pojawiły się zatem lokalne firmy, które zapewniały różne usługi umożliwiające wynajem lokalu podczas nieobecności właściciela. W najprostszym



wariancie były to firmy i osoby, które odpowiadały za przekazanie i odebranie kluczy do nieruchomości. Do tego firmy oferowały usługę sprzątanía i drobnych napraw, jak również zajmowały się aktywną sprzedażą, w tym polityką cenową. Największy rozwój usług noclegowych w modelu ekonomii współpracy przyniosło powstanie portalu Airbnb w 2008 roku, który obecnie dysponuje ponad 1,5 mln miejsc noclegowych na całym świecie. Wzrost popularności portali typu AirBnB powiększył też liczbę dostępnych nieruchomości, a zatem wpłynął na większy popyt na usługi opieki nad nieruchomościami, przeznaczonymi do krótkoterminowego najmu. Firmy takie jak GuestHop, Guesty, HostTonight, Pillow, TurnKey, Vacation Rentals mają różne modele biznesowe. Oddzielną kategorią są portale rekomendacyjne, na których można poznać opinie innych użytkowników i znaleźć dodatkowe informacje na temat różnych destynacji turystycznych. Użytkownicy oceniają zarówno obiekty noclegowe, jak i miejscowości turystyczne, dzielą się zdjęciami i komentują. Przykładem takich serwisów jest holidaycheck.com i tripadvisor. Należy jednak odróżniać te modele od popularnych wyszukiwarek miejsc noclegowych typu booking.com, czy trivago.com. Wyszukiwarki zwykle posiadają proste mechanizmy oceny miejsc, jednak są one głównie skoncentrowane na łączeniu osób profesjonalnie lub półprofesjonalnie świadczących usługi noclegowe z potencjalnymi klientami. Natomiast serwisy typu AirBnB głównie skupiają się na łączeniu prywatnych osób z innymi prywatnymi osobami.

Główni gracze na rynku noclegowym w modelu ekonomii współpracy to firmy międzynarodowe, z których większość zaczynała działalność na rynku amerykańskim: Airbnb, HomeAway, FlipKey, Wimdu, Villas.com, Homestay, Roomorama, 9flats, FlatClub, onefinestay i HouseTrip. AirBnB jest największym portalem, w którym oferowane są głównie krótkoterminowe pobyty u najemców, dla których jest to dodatkowe źródło utrzymania. Wśród portali oferujących darmowe noclegi dla członków społeczności (zwykle chodzi o noclegi darmowe na 1-2 dni) najważniejszymi graczami są: Couchsurfing.com, HospitalityClub.org, BeWelcome.org, Servas, GlobalFreeloaders.com, LGHEI.org, StayDontPay.net, YowTrip.com, Friendsonarrival.com, Stay4Free.com.

Duża dynamika wzrostu rynku noclegowego przyciąga inwestorów. W tabeli 7 przedstawiono zestawienie największych inwestycji w tym obszarze (dane w milionach USD na koniec 2015r).

Z punktu widzenia ekonomii współpracy w branży noclegowej istotne są dwa główne obszary. Pierwszy dotyczy noclegów wakacyjnych, gdy osoby świadczące usługi traktują to jako główne lub znaczące źródło swojego dochodu, inwestują nie tylko czas, ale również środki finansowe, rozbudowując nieruchomości. Drugi dotyczy usług P2P, czyli okazjonalnego wynajmowania wolnej przestrzeni mieszkalnej. Można przewidywać, że branża noclegowa będzie się rozwijała poprzez włączanie kolejnych niewykorzystywanych wcześniej przestrzeni do wynajmu (coraz mniejsza bariera wejścia), jak również poprzez dołączenie już funkcjonujących pensjonatów do systemów ekonomii współpracy. Szacunki pokazują, że w okresie 2014 - 2025 rynek noclegowy typu P2P wzrośnie o 27%, natomiast rynek noclegów wakacyjnych wzrośnie o 8%.

W ramach branży noclegowej, można wyróżnić kilka modeli biznesowych, z których obecnie najpopularniejszy to zapewnienie noclegu w posiadanych nieruchomościach. Znane są trzy główne modele biznesowe:

1. Gość pokrywa opłatę manipulacyjną w momencie rezerwacji i dokonywania płatności. Jest to transparentny model, który sprzyja szybszemu pozyskiwaniu najemców, jednak nie jest on optymalny z punktu widzenia klienta - z czasem klienci będą przenosić się do systemów, gdzie prowizja serwisu będzie ukryta w cenie pobytu. Na obecnym etapie rozwoju rynku jest to bardzo popularny model, stosuje go AirBnB.
2. Najemca płaci procent od kwoty wynajmu (zwykle od 5% do 15%). Taki model umożliwia zachęcanie najemców do lojalności poprzez obniżanie stawki, gdy rośnie stopień obłożenia lokalu, generowany dzięki platformie. Wadą jest to, że w mniej popularnych destynacjach turystycznych, gdzie popyt nie pokrywa podaży miejsc noclegowych, najemca musi płacić wyższą prowizję, mimo że mniejsze obłożenie nie wynika z jego braku chęci do współpracy.
3. Płaci się opłatę stałą, zwykle roczną, za możliwość zamieszczenia oferty. Jest to dobre rozwiązanie dla dojrzałych serwisów, gdyż najemcy nie mają obawy co do opłacalności ponoszenia takiej opłaty. Jeśli natomiast serwis dopiero zaczyna

działalność, to opłata wstępna może być dużą barierą w pozyskiwaniu najemców. Strona generująca duży ruch, czyli wysokie obłożenie, poprzez stały abonament jest najbardziej ekonomicznym wariantem dla najemcy.

Ważne jest też, jakie podejścia można zaobserwować po stronie najemców:

1. Osoby, które okazjonalnie mają do dyspozycji wolne lokum - na przykład, w wakacje przeprowadzają się na działkę, bądź któryś z członków rodziny wyjeżdża na krótki okres (np. student na stypendium zagraniczne). Dla takich osób jedyną opcją jest krótkoterminowy wynajem i serwisy internetowe zdecydowanie ułatwiają rozpoczęcie świadczenia takiej usługi.
2. Osoby, które w wyniku wyprowadzenia się dzieci, otrzymania spadku lub też zakupu innego mieszkania decydują się na wynajem określonej nieruchomości lub jej części. W wielu przypadkach jest to wynajem długoterminowy i wymaga jednak minimalnego zaangażowania, jednak dzięki popularyzacji poprzez serwisy internetowe rośnie też liczba osób, które decydują się na świadczenie usługi noclegowej krótkoterminowej, obejmującej np. również sprzątnięcie lokalu.
3. Osoby, które rozbudowują swoją nieruchomość, kupują nową lub wręcz wynajmują długoterminowo od osoby trzeciej, z myślą o świadczeniu usługi najmu krótkoterminowego. Profesjonalizacja takiej usługi prowadzi do poszerzenia oferty, np. o gastronomię, co wymaga już zatrudniania pracowników, a w dalszym etapie do świadczenia usługi hotelowej. Takie podejście wykracza już poza ramy ekonomii współpracy.

Coworking, czyli biura wspólnej pracy to wspólne wynajmowanie powierzchni biurowej, w której różne osoby, firmy, instytucje i freelancerzy mogą wspólnie pracować. Nie chodzi tu o wspólną pracę tych podmiotów, ale współdzielenie powierzchni. Głównym powodem wyboru takiego miejsca pracy są korzyści odnoszone przez uczestników coworkingu. Początkowo w latach 2005-2010 coworking był idealnym rozwiązaniem dla branży kreatywnej, freelancerów, grafików komputerowych, informatyków, programistów itp. Zamiast pracować w domu lub w kawiarniach, otrzymywali oni w pełni funkcjonalne miejsce do pracy. Obecnie coworking jest bardzo popularnym trendem nie tylko wśród freelancerów i startupów, ale również wśród pracowników niektórych dużych firm. W tabeli 8 przedstawiono zestawienie

największych globalnych inwestycji w coworking. Główne korzyści oraz wartości dodane z pracy w biurach coworkingowych to:

- niższe koszty,
- możliwość networkingu oraz współpracy pomiędzy ludźmi w danym biurze,
- oszczędność czasu,
- prestiżowe lokalizacje,
- wirtualny adres,
- wzrost innowacyjności,
- możliwość inspiracji oraz implementacji rozwiązań biznesowych z innych firm.

Globalne marki również dostrzegły korzyści płynące z obecności swoich wybranych pracowników w biurach coworkingowych. Przykładowo firma T-mobile posiada biuro w jednym z największych biur coworkingowych w Warszawie Business Link Zebra Tower i dzięki temu buduje relacje oraz oferuje swoje usługi ponad 400 firmom. Innym interesującym przykładem jest firma Redbull, która kilku swoich pracowników umieściła w Business Link na Stadionie Narodowym w celu szukania inspiracji do kampanii marketingowych, wśród młodych i innowacyjnych firm. Centra coworkingowe znajdują się już prawie we wszystkich większych miastach, zarówno w Polsce jak i na całym świecie. Z powodu rosnącej popularności coworkingu w Polsce, także mniejsze miasta lub miasta uniwersyteckie coraz częściej oferują takie przestrzenie.

Firmy oferujące coworking stosują najczęściej następujące modele:

1. Stały abonament miesięczny za dostęp do dowolnego biurka w coworkingu, od darmowych usług do 500 zł/mc. Najtańsza usługa polega na możliwości skorzystania z dowolnego biurka. Zaletą jest duża elastyczność w korzystaniu, minusem może być brak stałego biurka.
2. Abonament miesięczny za konkretne biurko w open space - usługa droższa od coworkingu, ale posiadająca zaletę stałego biurka, przypisanego tylko do jednej osoby/firmy. Ceny ok. 500 zł-1000 zł za miesiąc.
3. Dostęp do globalnych sieci coworkingowych, np. MyMeetingRoom, Google Campus, Techhub, Regus, Business Link itp. Dzięki jednej karcie dostępu mamy dostęp do globalnej sieci usług i wszystkich biur na całym świecie w dowolnej

lokalizacji. Ceny w tym modelu są bardzo zróżnicowane, od 50 zł do nawet kilku tysięcy złotych w zależności od pakietów.

Rynek hotelarski w zakresie usług biznesowych będzie odczuwał mniejszy wpływ w porównaniu do usług turystycznych ze strony nowych konkurentów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Poziom wpływu na konkretny obszar zależy od takich czynników jak tempo napływu nowych lokalizacji o różnym standardzie (zarówno prywatnych pensjonatów jak i nowych noclegów) oraz tempo wzrostu ruchu turystycznego.

Należy zaznaczyć, że w obu tych obszarach pojawienie się opcji bezpłatnego, tańszego lub po prostu innego spędzania wakacji, stanowi inspirację dla wielu ludzi, aby wypróbować nowe możliwości, jakie dają serwisy ekonomii współpracy, co samo w sobie powiększa rynek turystyczny.

Drugi obszar, w którym będzie widoczny wpływ ekonomii współpracy, to najem długoterminowy. Serwisy typu AirBnB dają bowiem możliwość osiągnięcia znacznie wyższego dochodu z nieruchomości przy umiarkowanie większym zaangażowaniu. Serwisy te dostarczają bowiem to, co najważniejsze - klientów. Z tego względu coraz więcej osób decyduje się na wycofanie mieszkań z rynku najmu długoterminowego na rzecz najmu krótkoterminowego. Zmniejszenie podaży mieszkań na rynku wpływa jednak na ceny najmu długoterminowego. Problem ten zauważają już niektóre miasta. Ceny najmu w Berlinie w latach 2009-2014 wzrosły o 56 proc. Od 1 maja 2016 właściciele nieruchomości mogą wynajmować jedynie pokoje za pośrednictwem portali typu Airbnb, a nie całe mieszkania. W przypadku złamania przepisów będą musieli ponieść karę sięgającą nawet 100 tys. EUR<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> <http://www.pb.pl/4431981,53824,berlin-walczy-z-airbnb-by-zahamowac-wzrost-cen-najmu> (odczyt 26.09.2016)

### 3.4. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży nieruchomości

#### AirBnB

Najbardziej popularny portal noclegowy założony w 2008 roku z siedzibą główną w San Francisco. Umożliwiają publikowanie ofert miejsc noclegowych takich jak pokój, mieszkanie, dom czy nawet jacht przez indywidualnych właścicieli. Portal działa w ponad 34 000 miastach, 191 państwach i oferuje 1,5 mln miejsc noclegowych dla ponad 60 mln użytkowników. Przychody firmy za 2015 rok to ponad 2,4 miliarda USD. Firma jest wyceniana na 24 miliardy USD, więcej niż Marriott International. AirBnB nie narzuca żadnych standardów najemcom, ale pomaga im w zwiększeniu atrakcyjności miejsca i jakości usługi oraz oferuje ubezpieczenie majątku najemcy do kwoty 1 mln dolarów, prowadzi 24-godzinną pomoc w nagłych przypadkach, weryfikuje obie strony transakcji – połączenie z profilem w mediach społecznościowych, weryfikacja dokumentu tożsamości, jak również komunikacja mailowa i telefoniczna. W Polsce serwis rozpoczął działalność na jesieni 2012 roku, co było związane z mistrzostwami w piłce nożnej Euro 2012.

#### HomeAway

Założona w 2005 roku w Austin w stanie Texas firma początkowo oferowała usługę polegającą na umożliwianiu wystawiania oferty swojego domu lub mieszkania na wynajem za roczną opłatą. W 2013 roku firma zmieniła model na podobny do Airbnb, gdzie pobiera procent od transakcji (ang. performance based). W 2014 roku portal oferował 1 mln miejsc noclegowych w 190 krajach. Strona jest dostępna w 22 językach, w tym również w polskim. Od 2011 roku firma jest notowana na giełdzie.

## Couchsurfing

Nazwa portalu pochodzi od zapoczątkowanego w 1977 roku ruchu zwanego couchsurfingiem. Dużym impulsem w rozwoju couchsurfingu było powstanie w 2008 roku strony internetowej o nazwie couchsurfing.org. Obecnie z tej taniej formy podróżowania korzysta rocznie ok. 4 mln osób, natomiast miejsca noclegowe oferuje ok. 400 tys. osób. Celem tego ruchu jest łączenie ze sobą ludzi z różnych kultur poprzez udostępnianie sobie darmowych noclegów na bardzo krótki okres (np. 1-3 dni) lub dotrzymywanie towarzystwa turystom, połączonego z oprowadzaniem po mieście. Najważniejsza różnica między Couchsurfingiem a portalami typu AirBnB to sposób podejścia. AirBnB jest nastawiony na zarabianie na posiadanych wolnych miejscach noclegowych, natomiast Couchsurfing polega na tym, aby spotykać ciekawych ludzi i spędzać z nimi czas. Nowy użytkownik startuje z podstawowym statusem, może uwiarygodnić swoją osobę poprzez dokonanie drobnej płatności kartą kredytową. Najważniejsze są jednak rekomendacje od innych użytkowników, które można zdobyć od znajomych lub poprzez korzystanie z portalu.

## AIP

Fundacja Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości została powołana do życia 12 lat temu. Inkubatory AIP użyczają swoją osobowość prawną, a co za tym idzie NIP, REGON i wszystko to, co wiąże się z formalnie istniejącym podmiotem działalności gospodarczej. W praktyce oznacza to, że obecnie ponad 2000 osób w Polsce (a historycznie już ponad 10 000) korzysta ze wsparcia Inkubatorów AIP, aby testować swój pomysł na biznes pod parasolem ochronnym fundacji. Dzięki temu nie muszą rejestrować się w urzędzie ani ponosić stałych kosztów ZUS od przedsiębiorcy – wszak przedsiębiorcą formalnie jest AIP. AIP posiada 54 biura na terenie całego kraju, które stanowią przestrzeń coworkingową, dostępną dla wszystkich firm z AIP.

## WeWork

Firma założona w 2010 roku przez Adama Neumanna jest uważana przez inwestorów za sieć biur coworkingowych o największym potencjale na świecie, gdyż

ostatnia wycena przekroczyła 16 mld USD. 55 000 osób może korzystać z oferty w 77 biurach, które firma wynajmuje od właścicieli nieruchomości i dostosowuje do potrzeb biurowych. Poza miejscem do pracy firma oferuje przesyłki kurierskie, oprogramowanie, księgowość, szkolenia, usługi recepcyjne i wiele innych. Dla wielu jest to jednak coś więcej, niż miejsce pracy, ale środowisko pełne ciężko pracujących ludzi nawzajem motywujących się. Firma idzie dalej, gdyż chce zmienić sposób myślenia millenialsów o mieszkaniu zgodnie z zasadą „dostęp jest lepszy od posiadania”. W tym duchu otworzono w Nowym Yorku pierwszą przestrzeń do colivingu pod nazwą WeLive – czyli wspólnego mieszkania. Firma planuje otworzyć 68 kolejnych takich przestrzeni w ciągu dwóch kolejnych lat. Docelowo firma chce stworzyć całe przestrzenie mieszkalno-biurowe.

### 3.5. Branża finansowa (obszary, koszty i korzyści)

Sektor usług finansowych od momentu powstania wymagał licznych regulacji w celu zapewnienia bezpieczeństwa, a bariera wejścia nowego gracza na rynek zawsze była wysoka. Wraz z popularyzacją dostępu do internetu oraz komunikacji wielu-do-wielu, pojawiły się inicjatywy, które umożliwiają różnego rodzaju substytuty usług finansowych. Startupy fintech (financial technology) cieszą się obecnie ogromną popularnością nie tylko wśród inwestorów na całym świecie, ale również wśród samych banków. Bankom tradycyjnym opłaca się przejmowanie mniejszych firm technologicznych, w celu późniejszego wdrożenia nowych technologii w swoich oddziałach. W ciągu ostatnich 10 lat powstało kilkadziesiąt firm, które zbudowały swój model biznesowy w oparciu o współpracę pomiędzy ludźmi, stając się platformami (bank też w pewnym stopniu jest taką platformą) wymiany środków finansowych P2P. W tabeli 9 przedstawiono wartość inwestycji w największe platformy collaborative economy z obszaru finansów na świecie.

Crowdfunding to forma finansowania różnego rodzaju projektów przez społeczność, która jest lub zostanie wokół tych projektów zorganizowana. Przedsięwzięcie jest w takim przypadku finansowane poprzez dużą liczbę drobnych, jednorazowych wpłat dokonywanych przez osoby zainteresowane projektem. Upowszechnienie internetu pozwala na łatwe informowanie o projektach i tworzenie



Tabela 9. Wartość największych inwestycji w obszarze finansów

Nazwa platformy	W milionach USD
AngelList	424
Funding Circle	273
Indiegogo	57
CircleUp	53
OurCrowd	25
Crowdrise	25
WeSwap	10
Kickstarter	10
Crowdcube	7
Pozostałe	12
<b>Crowdfunding SUMA</b>	<b>896</b>
Circle	76
<b>Kryptowaluty SUMA</b>	<b>76</b>
Lending Club	392
Prosper	355
Jimubox	131
Transferfunding	58
Zopa	57
Pret d'Union	49
Transferwise	32
Auxmoney	28
Patch of Land	24
Yooli	20
Pozostałe	32
<b>Pożyczki społecznościowe SUMA</b>	<b>1178</b>
<b>Wszystkie platformy SUMA</b>	<b>2150</b>

Źródło: Crowd Companies, maj 2015.

wokół nich społeczności, co przyczyniło się do rozwoju zjawiska crowdfundingu. Projektem jest dowolne przedsięwzięcie komercyjne, kulturalne, naukowe czy społeczne. Projektem komercyjnym może być założenie nowej firmy, jak i rozwinięcie nowej działalności w ramach już istniejącej, realizacja konkretnego zlecenia, odnowienie

parku maszynowego, czy wprowadzenie na rynek nowego produktu lub usługi. Przedsięwzięciami pozabiznesowymi są, np. produkcje filmowe i muzyczne, badania naukowe, tworzenie oprogramowania komputerowego, bądź serwisów internetowych, organizacja imprez masowych, budowa obiektów użyteczności publicznej czy nawet kampanie wyborcze. Wyróżnia się trzy typy crowdfundingu, oparte o następujące podstawy:

- gratyfikacja - wspierający otrzymują w zamian za wsparcie ustaloną gratyfikację, np. próbkę produktu, gotowy produkt, usługę;
- udziały - wspierający otrzymują udziały w nowo powstałej spółce, stając się pełnoprawnymi udziałowcami;
- charytatywny - wspierający sponsoruje przedsięwzięcie w zamian za satysfakcję z pomocy w jego realizacji.

Dodatkowo w ramach sektora finansowego ekonomii współpracy funkcjonuje P2P money lending, czyli alternatywa dla pożyczek bankowych (serwisy collaborative economy w których ludzie udzielają pożyczek pomiędzy sobą z pominięciem banków) oraz money exchanging - społecznościowa wymiana walut, gdy ludzie wymieniają się walutami pomiędzy sobą, z ominięciem banków i kantorów, na bardziej korzystnych warunkach (prowinizje są na poziomie 0,02% - 0,05%).

Istnieją dwie główne kategorie kosztów dla firm finansowych i ubezpieczeniowych: koszty dystrybucji i koszty ryzyka oraz związane z nimi identyfikowanie, definiowanie i przeciwdziałanie ryzykom<sup>70</sup>. Kluczowy dla rozpowszechnienia usług finansowych jest przede wszystkim system wyniku kredytowego (ang. credit score), badający wiarygodność kredytową poprzez zbieranie danych o historii finansowej, a także osobistej danego człowieka<sup>71</sup>, które upowszechniły się na świecie w latach 70-tych, a w Polsce w latach 90-tych. Działały one na zasadzie „czarnej skrzynki”, natomiast w ostatnich latach są one jednym ze składników oceny ryzyka, stanowiące element bardziej zaawansowanych algorytmów (w tym machine learning) stworzonych przez same banki na podstawie coraz większej ilości danych<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> <http://www.economist.com/node/12415730>

<sup>71</sup> <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/credit/more/scores.html>

<sup>72</sup> <https://www.mainstreet.com/article/a-secret-history-of-credit-scores-who-determined-what-matters-and-why/page/3>

Wsparcie oceny ryzyka jest jednym z głównych motorów napędowych rozwoju branży finansowej<sup>73</sup> i to właśnie w tym aspekcie w długiej perspektywie ekonomia współpracy może odegrać decydującą rolę w rozwoju usług finansowych. Agregując dane z wielu serwisów ekonomii współpracy branża finansowa, będzie w stanie w bardziej dokładny sposób estymować poziom ryzyka oraz odpowiednio nim zarządzać. Dobrym przykładem sukcesu w lepszej estymacji ryzyka jest firma Allstate. Korzystając z innego serwisu ekonomii współpracy do tworzenia modeli matematycznych - Kaggle - firma Allstate złożyła konkurs o lepsze modelowanie ryzyka z nagrodą 6000 USD i otrzymała o 300% lepsze modele. Biorąc pod uwagę, że jest to 2 największy w Stanach Zjednoczonych ubezpieczyciel dla osób prywatnych, usprawnienia te były w stanie wygenerować dziesiątki milionów dolarów oszczędności. Z kolei firma Kabbage udziela pożyczek małym i średnim firmom m.in. analizując ich aktywność w internecie. Można podnieść ocenę kondycji firmy, gdy posiada ona pozytywnie zaangażowaną społeczność w serwisie Facebook, gdyż świadczy to o jej wiarygodności. Z kolei kenijski startup poprzez aplikację Tala analizuje ok. 10 tysięcy różnych źródeł danych do oceny pożyczkobiorców łącznie z ich lokalizacją.

Fundamentem branży finansowej jest wiarygodność, zaufanie oraz bezpieczeństwo. Klienci banków muszą mieć pewność, że ich środki są bezpieczne, a bank lub inna instytucja są wypłacalne. W dobie internetu zarówno płynność jak i bezpieczeństwo mogą być zapewnione przez technologię (np. blockchain). Dzięki informatyzacji poprawiła się wydajność i efektywność procesów bankowych, przy jednoczesnym obniżeniu kosztów. W XXI wieku ludzie, dzięki technologii, mogą świadczyć sobie nawzajem usługi finansowe bez udziału banków.

Pożyczki społecznościowe (P2P money lending) rewolucjonizują rynek lokat oraz pożyczek zarówno na rynkach globalnych jak i w Polsce. Bank w postaci pośrednika staje się zbędnym ogniwem w całym łańcuchu wartości. Dzięki platformom technologicznym funkcjonującym w modelu ekonomii współpracy ludzie mogą udostępniać swoje dobra pomiędzy sobą (w tym przypadku pieniądze). Koszty takich transakcji są marginalne, ponieważ sprowadza się to do prostych w obsłudze systemów

---

<sup>73</sup> <http://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/the-future-of-bank-risk-management>

weryfikacyjnych oraz obrotu bezgotówkowego z wykorzystaniem technologii blockchain, np. Bitcoin.

Obecnie zarówno bankowość indywidualna oraz korporacyjna ulegają dynamicznym zmianom. Powstają serwisy, które umożliwiają udzielanie pożyczek B2B. Poziomą dysrupcją, która wprowadzają nowe modele biznesowe i technologie w sektorze usług finansowych ma duży potencjał wzrostu. Dodatkowym atutem firm funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy jest zaufanie, które dzięki pełnej transparentności oraz szybkiej i skutecznej weryfikacji powoduje, że spłacalność kredytów utrzymuje się na takim samym poziomie jak w przypadku tradycyjnych instytucji finansowych. W niektórych przypadkach ten współczynnik jest nawet wyższy niż w bankach, prawdopodobnie dzięki lepszej weryfikacji oraz społecznościom, które powstają wokół tych serwisów. Nowo powstałe serwisy pożyczek społecznościowych mają sporo przestrzeni na usprawnienie swoich systemów weryfikacji klientów (banki budowały swoje metody przez stulecia), dzięki czemu istnieje jeszcze przestrzeń na wzrost spłacalności kredytów. Jeżeli tak się stanie, serwisy ekonomii współpracy będą bardziej konkurencyjne w porównaniu do tradycyjnych banków.

Obok pożyczek społecznościowych, równie dynamicznie rozwija się finansowanie społecznościowe (crowdfunding). Cieszy się ono w Polsce szczególną popularnością - w ciągu ostatnich kilku lat powstało ponad 10 platform crowdfundingowych, które utrzymują się na rynku i dynamicznie rozwijają. Główni gracze na polskim rynku to: PolakPotrafi.pl, Wspieram.to, OdpalProjekt.pl i Zrzutka.pl. Polski rynek crowdfundingu będzie wart w 2017 r. co najmniej 40 mln zł, z czego 10 mln zł to crowdfunding udziałowy.

Sposób finansowania przedsięwzięć inwestycyjnych znacząco się zmienia, a finansowanie społecznościowe ma potencjał stać się realną alternatywą dla kredytów bankowych oraz dotacji unijnych. Wartością dodaną oraz przewagą konkurencyjną w stosunku do tradycyjnych form finansowania przedsięwzięć jest możliwość prostego sprawdzenia koncepcji na biznes (proof of concept).

Planując założenie firmy np. produkującej elektryczne deskorolki, można z własnych środków zbudować prototyp deskorolki. Następnie przygotować kampanię w serwisie crowdfundingowym skierowaną do osób, które są w grupie docelowej.

Kolejnym krokiem jest nagranie filmu promocyjnego, przygotowanie nagród dla osób, które wpłacają pieniądze na uruchomienie masowej produkcji - przykładowo 200 000 zł. Jeżeli uda nam się zebrać daną kwotę – czyli np. sprzedać 100 sztuk deskorolek po 2000 zł – to możemy uruchomić produkcję nowego produktu, posiadając już bazę klientów, którzy zaufali nam wpłacając pieniądze. Od lat na całym świecie w takim modelu powstają rewolucyjne produkty, np. pomysłodawcy zegarka Pebble zebrali w 2015 roku ponad 20 milionów USD na jego produkcję, sprzedając jednocześnie, w tzw. przed-produkcji, 80 000 sztuk.

Branża finansowa stoi w obliczu jeszcze jednej nowej technologii, która w znaczący sposób wpływa na jej funkcjonowanie. Równoległe i niezależnie od ekonomii współpracy, na przełomie pierwszej i drugiej dekady XXI w. powstała technologia blockchain. Dzięki technologii blockchain możliwe jest przesyłanie wszelkiego rodzaju danych w formacie cyfrowym, np. pieniędzy, dokumentów i plików.

Najbardziej popularnymi walutami opartymi na technologii blockchain są obecnie Bitcoin oraz Ethereum - cyfrowe waluty, które umożliwiają globalny transfer środków w czasie rzeczywistym, przy praktycznie zerowych kosztach. Transakcje z udziałem Bitcoin lub Ethereum nie mogą zostać sfalszowane lub wycofane, realizowane są w czasie rzeczywistym i w ułamku sekundy automatycznie potwierdzane przez pozostałych użytkowników technologii.

Szacunki co do wielkości branży finansowej w ekonomii współpracy według badania przeprowadzonego przez firmę Massolution<sup>74</sup> pokazują, że w 2015 roku na całym świecie był on wart 140 miliardów złotych<sup>75</sup>, z czego największą kategorią są pożyczki społecznościowe notujące 100% wzrostu r/r. Niektóre szacunki mówią nawet o tym, że w Chinach pożyczki P2P w 2015 r. wyniosły 150 miliardów USD<sup>76</sup>, a niektórzy deklarują, że w 2025 r. sam rynek pożyczek P2P może wynieść 1 bilion USD<sup>77</sup>. Tłumaczy to zainteresowanie branżą finansów w modelu ekonomii współpracy ze strony

---

<sup>74</sup> [http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product\\_id=54](http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54) (odczyt 15.10.2016)

<sup>75</sup> <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (odczyt 15.10.2016)

<sup>76</sup> <http://www.crowdfundinsider.com/2016/01/79612-report-china-p2p-lending-topped-150-billion-in-2015/> (odczyt 15.10.2016)

<sup>77</sup> <http://www.crowdfundinsider.com/2014/05/38631-foundation-capital-peer-peer-lending-goes-1-trillion/> (odczyt 15.10.2016)

funduszy inwestycyjnych, które do lipca 2016 roku zainwestowały w sumie 2,2 mld dolarów. Niestety, nie istnieją żadne szacunki co do wielkości branży ubezpieczeń P2P, rynek ten jest bardzo młody<sup>78</sup>. W obszarze ubezpieczeń funkcjonują rozwiązania umożliwiające rozłożenie ryzyka płatności wkładu własnego na grupę osób (znajomych lub poznanych na stronie firmy) jako wsparcie dla głównej polisy zawieranej z towarzystwem ubezpieczeniowym – gdy na zakończenie roku wkłady własne nie zostaną wykorzystane w całości to co pozostaje jest wypłacane danej grupie (np. Friendsurance).

### 3.6. Wybrane przykłady przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy z branży finansowej

#### CrowdWay.pl

CrowdWay.pl to pierwsza w Polsce platforma finansowania społecznościowego (ang. equity crowdfunding) oferująca tak szeroki wachlarz usług:

1. crowdfunding nieudziałowy,
2. crowdfunding udziałowy,
3. crowdfunding dłużny,
4. usługi komplementarne dla projektodawców.

#### Polak Potrafi

PolakPotrafi.pl to największy w Polsce portal finansowania społecznościowego, na którym obowiązuje zasada „wszystko albo nic”, czyli gdy projekt nie zdobędzie określonej kwoty, pieniądze są zwracane wpłacającym. Serwis został uruchomiony 15 marca 2011 r. i w czasie swojego działania zgromadził już ok. 13 mln złotych, które wpłacone zostały przez ponad 140 tysięcy użytkowników. Od momentu startu portalu, uruchomiono ponad 2300 projektów, z czego ok. 47% zakończyło się sukcesem. Średnia

---

<sup>78</sup> <https://dailyfintech.com/2015/12/23/peer-2-peer-insurance-is-taking-the-industry-back-to-its-roots/> (odczyt 16.10.2016)

kwota wpłaty na przestrzeni 5 lat wynosi ok. 100 zł, jednak gdyby wziąć pod uwagę wyłącznie ostatnie 12 miesięcy – kwota ta przekracza 115 zł, a odsetek udanych projektów przekracza 50%. W 2015 roku portal zebrał 12,5 mln zł ze 140 tys. wpłat, sfinansowano 1045 projektów.

### Trejdoo.com

Igoria Trade S.A. została założona w 2011 roku przez zespół ekspertów bankowych w Warszawie i jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych na rynku New Connect, a także nadzorowana przez Komisję Nadzoru Finansowego. Platforma oferuje m.in. społecznościową wymianę walut, przelewy krajowe i zagraniczne, rachunek powierniczy Escrow oraz karty płatnicze.

### Kickstarter

Jedna z najbardziej popularnych platform crowdfundingowych na świecie powstała w 2009 roku w USA. Od momentu wystartowania kampanii przez 30 dni inni użytkownicy serwisu mogą wpłacać swoje pieniądze na realizację danego projektu, bardzo często w zamian stają się pierwszymi klientami. Do maja 2016 roku zostało sfinansowanych 105 163 projektów na łączną kwotę ponad 2,3 miliarda dolarów. 36% projektów kończy się zebraniem potrzebnej kwoty.

### Wspieram.to

Polski serwis crowdfundingowy specjalizujący się w projektach kulturowych. Projekt trwa średnio 30-45 dni. Jeśli się uda doprowadzić do zebrania pełnej kwoty, to platforma pobiera 8,5% prowizji. W roku 2015 uruchomiono 843 projekty, z czego 468 było udanych. Ponad 71 tys. osób wpłaciło 6,3 mln zł. Przykładowo na gry planszowe ponad 6 tys. osób wyłożyło 859 tys. zł, na sport zebrano 284 tys. zł, zaś na tworzenie komiksów - 111 tys. zł. Najwięcej podczas jednorazowej zbiórki – ponad 600 tys. zł. - zebrano w ramach projektu Hejtoholik, który dotyczył walki z nienawiścią w internecie.

## Kokos

Polski serwis społecznościowych pożyczek oraz społecznościowej wymiany walut P2P. Użytkownicy serwisu mogą udzielać sobie nawzajem pożyczek i ustalać indywidualne oprocentowanie. Średni zysk z inwestycji – jak podaje serwis - wynosi 17,1% w skali roku. Dodatkowo, w serwisie kokos.pl można również wymieniać waluty obce po indywidualnie negocjowanych kursach, również w modelu P2P. Od początku istnienia serwisu udzielono 122.099 pożyczek na łączną kwotę 137,6 miliona złotych (dane z czerwca 2016).

## Lending club

Serwis pożyczek społecznościowych założony w 2006 roku w San Francisco. Pod koniec 2015 roku zostało udzielonych pożyczek na łączną kwotę 15,98 miliarda dolarów. Dzięki wymianie P2P oferta serwisu jest średnio o 35% bardziej korzystna niż tradycyjna oferta bankowa.

## Crowdcube

Największy na świecie serwis crowdfundingu udziałowego zwanego również equity crowdfunding. Zasada działania jest taka sama jak w przypadku innych serwisów crowdfundingowych, takich jak PolakPotrafi i Kickstarter. Główna różnica polega na tym, że użytkownicy, którzy wspierają dany projekt otrzymują w zamian udziały w nowo powstałej spółce lub istniejącym przedsięwzięciu. W serwisie zarejestrowanych jest ponad 297 870 inwestorów, którzy do tej pory zainwestowali ponad 161 milionów funtów brytyjskich w zamian za udziały w 397 przedsięwzięciach biznesowych.

## Beesfund

Polska platforma crowdfundingu udziałowego oraz finansowania społecznościowego umożliwiająca autorom projektów pozyskanie kapitału od internautów. W zamian użytkownicy platformy stają się współuczestnikami, komentatorami i każdorazowo otrzymują unikalne bonusy za wsparcie przedsięwzięcia



w postaci akcji lub przyszłych produktów i usług. W Polsce przepisy pozwalają na organizowanie tego typu emisji w wysokości do 100 tys. euro. Serwis przeprowadził już 7 emisji na łączną kwotę 1,7 miliona złotych (dane z czerwca 2016).



## 4. Ogólna charakterystyka badań własnych

W tym rozdziale zawarto ogólną charakterystykę wyników pochodzących z badań ankietowych. Analizy porównawcze zawarto w następnych rozdziałach. Dane pierwotne wykorzystane w pracy pochodzą z dwóch badań przeprowadzonych w 2016 roku w Polsce. Pierwsze z badań ilościowe zostało przeprowadzone metodą CAWI przez jedną z wiodących firm badawczych w Polsce – Instytut Badawczy ABR SESTA. Dobór próby do badania był celowy, warstwowy odzwierciedlający populację internautów w Polsce ze względu na następujące cechy demograficzne:

- wiek,
- płeć,
- miejsce zamieszkania,
- wykształcenie.

Do wyznaczenia struktury demograficznej polskiej populacji internautów wybrano następujące źródła danych.

1. Międzynarodowe badanie realizowane przez firmę Gemius w około 30 krajach w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej (gemiusAudience). Celem badania było poznanie liczby i profilu demograficznego użytkowników Internetu oraz sposobu, w jaki korzystają z sieci, zarówno stron www, materiałów audio i wideo, jak i aplikacji. Badanie było prowadzone zgodnie z zasadami międzynarodowego kodeksu ICC/ESOMAR. W Polsce jest realizowane cyklicznie realizowane pod nazwą Megapanel PBI/Gemius<sup>79</sup>.
2. Badanie firmy Millward Brown przedstawiające wyniki ogólnopolskiego badania NetTrack, przeprowadzonego w okresie lipiec - wrzesień 2015 r. W analizowanym okresie z sieci korzystało 76,4% Polaków<sup>80</sup>.
3. Rocznik statystyczny GUS - wykształcenie 2011<sup>81</sup>.

---

<sup>79</sup> <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/kim-sa-internauci-w-wybranych-krajach-europy.html> (odczyt 09.11.2016)

<sup>80</sup> <http://www.egospodarka.pl/art/galeria/129101,Najpopularniejsze-portale-internetowe-VII-IX-2015-r,2,12,1.html> (odczyt 09.11.2016)

<sup>81</sup> Rocznik statystyczny GUS 2011, s. 189, TABL. 7 (121).

Badanie ilościowe zostało przeprowadzone w okresie od 21 stycznia 2016 roku do 29 lutego 2016 roku. Ankieta składała się z 32 pytań. 9 pytań dotyczyło rozpoznawalności CE (q8), korzystania z CE (q9), częstotliwości korzystania (q10), planowanego korzystania w przyszłości (q21), brania pod uwagę rekomendacji w CE (q25), oceny doświadczenia (q26), skłonności do polecenia usług znajomym (q27), motywacji (q28) oraz barier rozwoju (q29). 5 pytań związanych było bezpośrednio z zaufaniem do osób z dobrą opinią w Internecie (q11, q12) oraz do sąsiadów (q13, q14), a także 1 pytanie kontrolne w tej grupie na temat zaufania ogólnie (q15). W ankiecie znalazło się także 8 pytań dotyczących terminologii oraz stylu życia – znajomość terminów (q16), skojarzenia związane z ekonomią współpracy (q17), decyzje zakupowe (q18), status społeczny (q19), definicje CE (q20), stosunek do zdań twierdzących na temat ekonomii współpracy (q22,q23,q24). W ankiecie umieszczono również 4 pytania kontrolne (q1,q2,q31,q32) oraz 5 pytań metryczkowych – wiek (q3), płeć (q4) miejsce zamieszkania (q5), wykształcenie (q6), zamożność (q30).

W ankiecie wzięło udział łącznie 1518 osób. Po szczegółowej analizie uzyskanych odpowiedzi oraz kompletności zebranych ankiet usunięto odpowiedzi ze 112 ankiet i w ostatecznej analizie danych wzięto pod uwagęankiety 1406 osób, z czego kobiet było 631, a mężczyzn 775. Szczegółowy tabelaryczny opis próby przedstawiono w załączniku nr 2. W dalszej analizie zastosowano podział na 3 grupy respondentów:

- nieświadomi - osoby, które nigdy nie słyszały o żadnej z platformy ekonomii współpracy w Polsce,
- świadomi - osoby, które słyszały o minimum jednej platformie ekonomii współpracy,
- użytkownicy - osoby, które skorzystały minimum raz z platformy ekonomii współpracy.

Rozkład odpowiedzi na pytania z ankiety został zamieszczony w tabelach od 10 do 31.

## 4.1. Pytania główne

Ankieta zawierała 9 pytań głównych, których opracowanie zostało wykorzystane do weryfikacji hipotez oraz szczegółowej analizy rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy. Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytania główne został zamieszczony w tabelach 10 do 20.

Jak wynika z tabeli 10, najbardziej rozpoznawalnymi usługami w modelu ekonomii współpracy przez ankietowanych są usługi transportowe. Na pierwszym miejscu znalazły się wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabio.re.pl - nie wliczamy autostopu) – 78,7%, na drugim współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo) – 60,7%, a na trzecim współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go) – 43,4%. Ponad 40%

Tabela 10. Rozpoznawalność usług w modelu ekonomii współpracy (n = 1518)

Q8. Czy słyszał Pan/słyszała Pani o następujących typach usług:	Liczba pozytywnych odpowiedzi	Procent ankietowanych
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	610	43,4%
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	853	60,7%
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabio.re.pl - nie wliczamy autostopu)	1106	78,7%
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	580	41,3%
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	598	42,5%
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali ocenianujących)	339	24,1%
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	206	14,7%
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	501	35,6%
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	413	29,4%

Źródło: Opracowanie własne.

rozpoznawalnością charakteryzują się usługi edukacyjne – kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare) – 42,5% oraz usługi hotelarskie – udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów) – 41,3%. Łącznie co najmniej jedną z usług ekonomii współpracy rozpoznaje 92% ankietowanych.

W tabeli 11 przedstawiono liczbę ankietowanych korzystających z usług w modelu ekonomii współpracy. Najbardziej popularne są wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu) - 20,5%, współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo) - 13,4% oraz kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare) - 10,3%. Łącznie z co najmniej jednej usługi w modelu ekonomii współpracy skorzystało 42,8% ankietowanych.

Tabela 11. Korzystanie z usług w modelu ekonomii współpracy

Q9. Czy korzystał Pan/korzystała Pani z następujących usług:	Liczba pozytywnych odpowiedzi	Procent ankietowanych
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	64	4,7%
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	183	13,4%
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	280	20,5%
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	73	5,3%
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	141	10,3%
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	88	6,4%
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	16	1,2%
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	83	6,1%
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	110	8,0%

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 12 przedstawiono częstotliwość korzystania z platform ekonomii współpracy przez użytkowników. Najwyższym poziomem częstotliwości korzystania charakteryzuje się świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających) oraz sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów). Najrzadziej ankietowani korzystają z kursów online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare) oraz wspólnych przejazdów prywatnymi samochodami między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl - nie wliczamy autostopu).

Tabela 12. Częstotliwość korzystania z usług w modelu ekonomii współpracy

Q9. Czy korzystał Pan/korzystała Pani z następujących usług:	Raz na miesiąc i częściej		Rzadziej niż raz na miesiąc	
	Liczba ankietowanych	Procent ankietowanych	Liczba ankietowanych	Procent ankietowanych
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	18	28,1%	46	71,9%
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	57	31,1%	126	68,9%
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	64	22,9%	216	77,1%
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	18	24,7%	55	75,3%
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	32	22,7%	109	77,3%
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	35	39,8%	53	60,2%
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	5	31,3%	11	68,8%
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	20	24,1%	63	75,9%
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	41	37,3%	69	62,7%

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 13 przedstawiono zestawienie średnich wartości odpowiedzi (skala od 1 do 5) na temat planowania korzystania z poszczególnych usług w modelu ekonomii współpracy w najbliższym roku. Widoczna jest znacząca różnica w planowanym korzystaniu pomiędzy osobami, które tylko słyszały o wybranych usługach (świadomi), a osobami, które już z nich skorzystały. Największe różnice w planowanym korzystaniu z usług występują w przypadku współużytkowania samochodów w miastach (np. Uber, Car2go) oraz współużytkowania rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo). Osoby, które chociaż raz skorzystają z tego typu usług są prawie 2 razy bardziej skłonne do skorzystania z nich ponownie, niż osoby, które do tej pory z nich nie korzystały. Po skorzystaniu z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy średnio chęć ponownego skorzystania w przyszłości wzrasta średnio o ok. 81%. W przypadku usług

Tabela 13. Planowanie korzystania z usług w modelu ekonomii współpracy

Q21. W jakim stopniu, w skali od 1 do 5 w ciągu najbliższego roku, planuje Pan/Pani korzystać z poniższych usług z zakresu ekonomii współpracy (1 - zdecydowanie nie będę korzystać; 5 - zdecydowanie będę korzystać)	Użytkownicy wartość średnia	Świadomi wartość średnia	Różnica wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,31	1,59	1,72
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	3,75	2,03	1,72
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	3,68	2,01	1,67
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,10	1,57	1,53
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,35	2,00	1,35
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,70	2,00	1,70
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,31	1,74	1,57
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	3,07	1,71	1,36
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,84	2,57	1,27

Źródło: Opracowanie własne.



świadczonych w modelu ekonomii współpracy przełamanie mentalnej granicy skorzystania po raz pierwszy z jakiegokolwiek usługi powoduje, że ponowne skorzystanie jest dużo bardziej prawdopodobne. Taki wynik tłumaczyłby również stosowane przez wiele firm collaborative economy promocje polegające na generowaniu kodów promocyjnych na pierwszy przejazd lub pierwszy wynajem mieszkania. Firmy funkcjonujące w modelu ekonomii współpracy prawdopodobnie zauważyły na swoich bazach danych prezentowany trend i doszły do wniosku, że opłaca im się dopłacić (czasami nawet wysoką kwotę) do pierwszego skorzystania przez nowych klientów, ponieważ dzięki temu prawdopodobieństwo pozyskania lojalnych klientów znacząco wzrasta. Każda nowa usługa lub powstająca branża stoi przed wyzwaniem edukacji rynku oraz uświadamiania konsumentów i prosumentów o swoich usługach. W przypadku firm collaborative economy, jakość świadczonych usług i doświadczenia z nimi związane wydają się spełniać wymagania klientów i zaspokajać ich potrzeby w wystarczająco dobry sposób, aby chcieli ponownie skorzystać z danej usługi.

Z danych w tabeli 14 wynika, iż badani użytkownicy platform ekonomii współpracy najczęściej korzystają z rekomendacji podczas wspólnych przejazdów prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedziore.pl - nie wliczamy

Tabela 14. Rekomendacje w platformach ekonomii współpracy	
Q25. W jakim stopniu bierze Pan/Pani pod uwagę rekomendacje w serwisach ekonomii współpracy z których korzystasz? (1 - w ogóle nie biorę pod uwagę 5 - mają decydujący wpływ na moją decyzję)	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,48
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	2,98
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedziore.pl - nie wliczamy autostopu)	3,84
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,79
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,21
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,68
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,50
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	3,58
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,77

Źródło: Opracowanie własne.

autostopu), udostępniania wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów) oraz sprzedaży produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów). Najmniejsze znaczenie rekomendacje mają w współużytkowaniu rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo).

Z zestawienia w tabeli 15 wynika, że wszystkie rodzaje usług oceniane są ponad średnią z przewagą ocen pozytywnych doświadczeń. Najlepiej oceniane są sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów) oraz współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo). Najmniejszą liczbą pozytywnych doświadczeń charakteryzują się biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link) oraz kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare).

Tabela 15. Ocena doświadczeń na platformach ekonomii współpracy.	
Q26. Jak ocenia Pan/Pani, w skali od 1-5, swoje doświadczenie związane z tą aktywnością? (1 - zdecydowanie negatywnie; 5 - zdecydowanie pozytywnie)	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,84
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	3,97
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedzabioire.pl - nie wliczamy autostopu)	3,93
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,70
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,66
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,83
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,44
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	3,75
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	4,17

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 16 przedstawiono skłonność badanych użytkowników do polecenia usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy znajomym osobom. Z wartości średnich odpowiedzi wynika, że użytkownicy ekonomii współpracy są najbardziej skłonni, aby polecić usługi sprzedaży produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów) oraz współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo), natomiast najmniej skłonni do polecenia usługi są w przypadku biur wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link) oraz usług świadczonych przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających). W przypadku wszystkich usług oprócz świadczenia usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających) użytkownicy średnio są bardziej skłonni polecić usługi znajomemu (tabela 16), niż wskazywałby na to ich poziom zadowolenia z tych usług (tabela 15).

Tabela 16. Skłonność do poleceń usług w modelu ekonomii współpracy

Q27. W jakim stopniu jest Pan skłonny/Pani skłonna polecić swojemu znajomemu poniższe usługi z zakresu ekonomii współpracy? (1 - zdecydowanie nie polecę, 5 - zdecydowanie polecę)	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,88
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	4,22
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadezabioire.pl - nie wliczamy autostopu)	4,19
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,95
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,73
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,82
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,81
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	4,00
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	4,31

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 17 przedstawiono średnią wartość odpowiedzi związanych z korzyściami jakie wskazują użytkownicy w związku z korzystaniem z platform

Tabela 17. Korzyści użytkowników z korzystania z platform

Q28. Proszę określić w jakim stopniu ważne są dla Pana/Pani poniższe aspekty związane z korzystaniem z serwisów ekonomii współpracy? (1 - w ogóle nie ważne; 5 - bardzo ważne)	Użytkownicy wartość średnia
Oszczędność pieniędzy	4,16
Jest dobre dla środowiska	3,66
Lepsze wykorzystanie rzeczy	3,88
Poznanwanie nowych ludzi	3,49
Możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy	3,89
Poczucie bycia częścią większego ruchu	3,27
Daje mi więcej możliwości	3,71
Możliwość spróbowania nowych rzeczy	3,84
Chęć pomocy innym	3,73
Poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności	3,52
Czuję się świadomym konsumentem	3,76

Źródło: Opracowanie własne.

ekonomii współpracy. Najważniejszą grupę stanowią czynniki ekonomiczne - pierwsze 3 najczęściej udzielane odpowiedzi to odpowiednio: oszczędność pieniędzy, możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy, lepsze wykorzystanie rzeczy. Dokonano następującego grupowania odpowiedzi:

1. ekonomiczne - odpowiedzi:

- oszczędność pieniędzy,
- możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy,
- daje mi więcej możliwości.

2. ekologiczne - odpowiedzi:

- jest dobre dla środowiska,
- lepsze wykorzystanie rzeczy.

3. społeczne - odpowiedzi:

- poznanwanie nowych ludzi,
- poczucie bycia częścią większego ruchu,
- chęć pomocy innym,

- poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności.

Grupa czynników	Średnia wartość odpowiedzi w skali 1-5
Ekonomiczne	4,03
Ekologiczne	3,77
Społeczne	3,55

Źródło: Opracowanie własne.

Pogrupowane odpowiedzi ankietowanych (tabela 18) wyraźnie wskazują, że najważniejsze są dla nich czynniki ekonomiczne - śr. 4,03 odpowiedzi. Drugie w kolejności są czynniki ekologiczne 3,77 na samym końcu znajdują się czynniki społeczne ze średnią wartością odpowiedzi 3,55.

Q29. Proszę ocenić w jakim stopniu poniższe aspekty mogą przeszkadzać Panu/Pani w korzystaniu z usług ekonomii współpracy (1 - zdecydowanie przeszkadza; 5 - zdecydowanie NIE przeszkadza)	Użytkownicy wartość średnia
Wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa	2,71
Brak dostępności usługi	2,86
Wątpliwości co do jakości	2,68
Wątpliwości co do legalności usługi	2,61
Wymaga nowych umiejętności	3,07
Brak zaufania do nieznanym osobom	2,65
Kwestia zaufania do innych użytkowników	2,81
Brak ubezpieczenia	2,86

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 19 przedstawiono możliwe bariery rozwoju platform ekonomii współpracy według ankietowanych. Największe to wątpliwości co do legalności usługi oraz brak zaufania do nieznanym osobom. Prawie wszystkie odpowiedzi, oprócz wymagania nowych umiejętności są wskazaniami poniżej średniej wartości.

Tabela 20 przedstawia najbardziej rozpoznawalne nowe technologie wśród badanych osób. Najczęściej wskazywanymi technologiami są druk 3d (86,4%) oraz

Tabela 20. Rozpoznawalność nowych technologii wśród ankietowanych		
Q7. Czy znane są Panu/Pani poniższe zjawiska:	Liczba odpowiedzi	Procent ankietowanych
Druk 3d	501	86,4%
Technologie ubieralne (wearable)	123	21,2%
Protokół bitcoin	220	37,9%
Internet rzeczy (Internet of Things)	170	29,3%
Big data	137	23,6%
Sztuczna inteligencja - AI (np. siri, voice now, cortana)	383	66,0%
Żadne z powyższych	46	7,9%

Źródło: Opracowanie własne.

sztuczna inteligencja (66%). Najmniej znanymi technologiami wśród ankietowanych są technologie ubieralne (wearable) - 21,2% oraz big data - 23,6%.

## 4.2. Pytania dotyczące zaufania

W celu zbadania motywacji użytkowników platform funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy zadano respondentom 5 pytań dotyczących kwestii zaufania. Zbadano zaufanie do osób z dobrą opinią w internecie, do sąsiada, któremu mówi się tylko dzień dobry oraz do rodziny znajomych itp. Rozkład odpowiedzi związanych z poziomem zaufania został zamieszczony w tabelach 21 do 25.

Tabela 21. Zaufanie do osób z dobrą opinią w Internecie - dobra			
Q11. Na ile jest Pan skłonny/Pani skłonna, w skali od 1 do 5 (1 - zdecydowanie nie; 5 - zdecydowanie tak) odpłatnie nieznanemu osobie z dobrą opinią w internecie, poprzez specjalny serwis zapewniający ubezpieczenie:	Użytkownicy wartość średnia odpowiedzi	Świadomi wartość średnia odpowiedzi	Nieświadomi wartość średnia odpowiedzi
Pożyczyć narzędzia typu: wiertarka, kosiarka, odkurzacz	3,10	2,65	2,21
Pożyczyć samochód	1,88	1,63	1,69
Wynająć swoje pokój/mieszkanie/dom na weekend	2,47	2,07	1,97
Pożyczyć 1000 zł na okres 1 miesiąca	2,32	1,89	1,79
Multimedia (książka, gra, film) na kilka dni	3,65	3,34	2,71

Źródło: Opracowanie własne.

Użytkownicy platform ekonomii współpracy są średnio bardziej ufni, niż pozostałe grupy - osoby które tylko słyszały o ekonomii współpracy oraz osoby, które nie słyszały o żadnej z platform. Ankietowani są najbardziej skłonni pożyczyć multimedia (książka, gra, film) na kilka dni oraz narzędzia typu: wiertarka, kosiarka, odkurzacz. Każda z grup jest najmniej skłonna pożyczyć swój własny samochód. Warto podkreślić fakt, że im większa wartość dobra tym mniejsza skłonność do wypożyczania danego dobra osobie z dobrą opinią w internecie. Wyjątkiem jest tutaj własny samochód, który w Polsce jest pewnego rodzaju szczególnym dobrem, ankietowani są bowiem najmniej skłonni pożyczyć właśnie to dobro. Może to świadczyć o tym, że polskie społeczeństwo wciąż jest na dorobku i nie jest do końca skłonne udostępniać swoje wartościowe rzeczy innym osobom z dobrą opinią w internecie.

Analizując wyniki przedstawione w tabeli 22 można zauważyć, że podobnie jak w poprzednim pytaniu (tabela 21) grupa użytkowników platform ekonomii współpracy jest najbardziej otwarta. Darzy ona znacząco większym zaufaniem nieznaną osobę w internecie z dobrą opinią. Porównując wyniki z tabel 21 oraz 22 można stwierdzić, że użytkownicy oraz osoby, które słyszały o platformach ekonomii współpracy są bardziej skłonne oddać własne dziecko pod opiekę na 2 godziny, niż pożyczyć samochód nieznanemu osobie z dobrą opinią w internecie. Prawdopodobnie wraz z procesem bogacenia się polskiego społeczeństwa podejście do własnego samochodu będzie ulegało

Tabela 22. Zaufanie do osób z dobrą opinią w Internecie - usługi			
Q12. Pomijając kwestie finansowe, na ile jest Pan skłonny/Pani skłonna, w skali od 1 do 5 (1 - zdecydowanie nie; 5 -zdecydowanie tak) odpłatnie nieznanemu osobie z dobrą opinią w internecie, poprzez specjalny serwis zapewniający ubezpieczenie:	Użytkownicy wartość średnia odpowiedzi	Świadomi wartość średnia odpowiedzi	Nieświadomi wartość średnia odpowiedzi
Oddać dziecko pod opiekę na 2 godziny	2,23	1,85	1,61
Dać wyprowadzić psa na spacer	3,41	2,98	2,40
Dać do zrobienia zakupy zgodnie z Pana/Pani listą zakupów	3,53	3,16	2,47
Dać do posprzątania swoje mieszkanie	3,21	2,83	2,26

Źródło: Opracowanie własne.

zmianie i coraz więcej ludzi będzie skłonnych do udostępniania swoich dóbr za pośrednictwem platform collaborative economy.

Analizując wyniki badania przedstawione w tabelach 21 oraz 23 można stwierdzić, że występują nieznaczne różnice pomiędzy zaufaniem do nieznajomej osoby z dobrą opinią w internecie, a sąsiadem, któremu mówimy tylko „dzień dobry”. W przypadku dóbr o niskiej wartości jak (książka, gra, film) oraz skłonności do odpłatnego wypożyczenia jest wyższa dla sąsiadów. Natomiast w przypadku pożyczania 1000 zł lub wypożyczenia mieszkania ankietowani są bardziej skłonni do współpracy z nieznajomą osobą w internecie, niż z własnym sąsiadem. Samochód, jako ulubione dobro ankietowanych w obu przypadkach charakteryzuje się podobnie niskim poziomem skłonności do pożyczania zarówno sąsiadowi, jak i nieznajomej osobie z dobrą opinią w internecie.

Tabela 23. Zaufanie do sąsiada, któremu mówi się tylko „dzień dobry” - dobra			
Q13. Na ile jest Pan skłonny/Pani skłonna, w skali od 1 do 5 (1 - zdecydowanie nie; 5 -zdecydowanie tak) sąsiadowi, któremu mówi mówisz tylko “dzień dobry”, odpłatnie lub bez opłaty:	Użytkownicy wartość średnia odpowiedzi	Świadomi wartość średnia odpowiedzi	Nieświadomi wartość średnia odpowiedzi
Pożyczyć narzędzia typu: wiertarka, kosiarka, odkurzacz	3,45	3,21	2,86
Pożyczyć samochód	1,90	1,66	1,65
Wynająć swoje pokój/mieszkanie/dom na weekend	2,23	1,97	1,92
Pożyczyć 1000 zł na okres 1 miesiąca	2,17	1,86	1,77
Multimedia (książka, gra, film) na kilka dni	3,76	3,58	3,04

Źródło: Opracowanie własne.

Podobnie jak w przypadku obcej osoby w Internecie z dobrą opinią grupa użytkowników platform ekonomii współpracy charakteryzuje się najwyższym poziomem zaufania w każdej kategorii do sąsiada, któremu mówi się tylko „dzień dobry”. Interesujący jest fakt, że wszystkie grupy są bardziej skłonne wynająć swoje pokój/mieszkanie/dom na weekend oraz pożyczyć 1000 zł na okres 1 miesiąca nieznajomej osobie z dobrą opinią w internecie, niż sąsiadowi, któremu mówią tylko „dzień dobry”.



Tabela 24. Zaufanie do sąsiada, któremu mówi się tylko „dzień dobry” - usługi

Q14. Pomijając kwestie finansowe, na ile jest Pan skłonny/Pani skłonna, w skali od 1 do 5 (1 - zdecydowanie nie; 5 - zdecydowanie tak) sąsiadowi, któremu mówi mówisz tylko “dzień dobry”:	Użytkownicy wartość średnia odpowiedzi	Świadomi wartość średnia odpowiedzi	Nieświadomi wartość średnia odpowiedzi
Oddać dziecko pod opiekę na 2 godziny	2,27	1,90	1,65
Dać wyprowadzić psa na spacer	3,30	2,97	2,38
Dać do zrobienia zakupy zgodnie z Pana/Pani listą zakupów	3,36	3,03	2,53
Dać do posprzątania swoje mieszkanie	2,75	2,44	2,06

Źródło: Opracowanie własne.

Z tabeli 24 wynika, że użytkownicy platform ekonomii współpracy są średnio bardziej skłonni do zlecenia usług za ich pomocą, niż osoby świadome oraz osoby, które nigdy nie słyszały o tego typu usługach. Wszystkie grupy są najbardziej skłonne dać do zrobienia zakupy zgodnie z Pana/Pani listą zakupów lub dać wyprowadzić psa na spacer. Ankietowani są najmniej skłonni oddać dziecko pod opiekę na 2 godziny oraz dać do posprzątania swoje mieszkanie.

Jak wynika z tabeli 25 wszystkie grupy ankietowanych największy poziom zaufania mają do najbliższej rodziny (rodziców, dzieci, partnera/partnerki). Najniższym

Tabela 25. Poziom zaufania do wybranych grup			
Q15. Proszę określić, na skali od 1 do 5, Pana/Pani poziom zaufania do: (1 - zdecydowanie nie mam zaufania; 5 -zdecydowanie mam zaufanie)	Użytkownicy wartość średnia odpowiedzi	Świadomi wartość średnia odpowiedzi	Nieświadomi wartość średnia odpowiedzi
Najbliższej rodziny (rodziców, dzieci, partnera/partnerki)	4,54	4,54	4,26
Znajomych osób z twojego otoczenia (osób, z którymi pracujesz/sąsiadów/dalszej rodziny)	3,56	3,46	3,07
Nieznajomych, z którymi stykasz się w różnych sytuacjach?	2,22	2,07	1,92
Innych użytkowników Internetu (nieznajomych, z którymi stykasz się w przestrzeni wirtualnej)	1,86	1,75	1,56
Podmiotów działających w Internecie (np. sklepy internetowe, platformy sprzedaży lub wymiany dóbr, e-usługi)	3,03	2,87	2,31

Źródło: Opracowanie własne.

poziomem zaufania charakteryzują się inni użytkownicy Internetu (nieznajomi, z którymi stykają się w przestrzeni wirtualnej). Wyniki tego badania pokrywają się również z ostatnim badaniem GUS<sup>82</sup>. Każdej z kategorii użytkownicy prezentują taki sam lub wyższy poziom zaufania, niż pozostałe grupy, świadomi platform ekonomii współpracy oraz nieświadomi. Widoczna luka w poziomie zaufania pomiędzy najbliższą rodziną, a innymi użytkownikami internetu może stanowić barierę rozwoju platform ekonomii współpracy w Polsce. Stosunkowo niski poziom zaufania społecznego w Polsce w porównaniu do innych państw potwierdzone są w wieloletnich badaniach Europejskiego Sondażu Społecznego<sup>83</sup>. Polska podobnie jak kraje byłego Związku Radzieckiego, charakteryzuje się niskim poziomem zaufania społecznego, prawdopodobnie wynika to z przeszłości historycznej naszego regionu. Warto jednak pamiętać, że rozwój platform ekonomii współpracy jest oparty na zaufaniu i jego niski poziom w Polsce może stanowić barierę w rozwoju collaborative economy w Polsce.

### 4.3. Pytania na temat terminologii oraz stylu życia

W celu lepszego zrozumienia motywacji respondentów oraz przyczyn korzystania z platform ekonomii współpracy zadano im szczegółowe pytania związane z terminologią oraz ich stylem życia. Rozkład odpowiedzi w tej części został zamieszczony w tabelach 26 do 30.

Z tabeli 26 wynika, że najbardziej rozpoznawalnym pojęciem wśród ankietowanych jest ekonomia współpracy, drugie miejsce zajmuje ekonomia dzielenia się, a na trzecią najczęściej udzielaną odpowiedzią jest ekonomia współdzielenia. Użytkownicy platform są dużo bardziej świadomi i rozpoznają więcej pojęć, niż pozostała część ankietowanych. Wśród anglojęzycznych pojęć najbardziej popularne to: peer-to-peer economy oraz open source economy.

Tabela 27 przedstawia rozkład skojarzeń z terminem ekonomia współpracy. Najczęściej wybieraną odpowiedzią były wymiana usług za pomocą serwisów internetowych oraz wymiana dóbr za pomocą serwisów internetowych. Świadczy to

---

<sup>82</sup> Rocznik statystyczny GUS - Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r., Warszawa 20.11.2015 r.

<sup>83</sup> P. B. Sztabiński, F. Sztabiński, Polska – Europa Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego 2002 – 2012, Wydawnictwo IFiS PAN Warszawa 2014, str. 12.

Tabela 26. Rozpoznawalność pojęć związanych z ekonomią współpracy

Q16. Które z wymienionych pojęć są Panu/Pani znane (wie Pan/Pani co oznaczają):	Ogół próby n = 1406		Użytkownicy platform ekonomii współpracy n = 581	
Ekonomia współpracy	262	18,6%	163	28,1%
Collaborative economy	77	5,5%	50	8,6%
Ekonomia dzielenia się	243	17,3%	151	26,0%
Ekonomia współdzielenia	214	15,2%	133	22,9%
Ekonomia dostępu	167	11,9%	107	18,4%
Sharing economy	123	8,7%	90	15,5%
Open source economy	137	9,7%	99	17,1%
On demand economy	68	4,8%	54	9,3%
Peer-to-peer economy	185	13,2%	118	20,3%
Żadne z powyższych	921	65,5%	290	50,0%

Źródło: Opracowanie własne.

o dużej znajomości badanego terminu przez ankietowanych. Najmniej skojarzeń z ekonomią współpracy rodziły: zaufanie staje się nową walutą oraz przemiana klientów we współpracowników firmy. Użytkownicy platform wskazywali średnio więcej skojarzeń, niż pozostali ankietowani. Warto podkreślić fakt, że najczęściej wskazywane odpowiedzi są związane z technologią oraz wymianą dóbr i usług za pomocą serwisów internetowych. Świadczy to o dużej świadomości ankietowanych, ponieważ wykorzystanie platform technologicznych jest warunkiem koniecznym ekonomii współpracy, czego potwierdzeniem są tak liczne wskazania zarówno użytkowników, jak i osób, które tylko słyszały o ekonomii współpracy.

Jak wynika z tabeli 28 przy podejmowaniu decyzji zakupowych w największym stopniu ankietowani biorą pod uwagę opinie znajomych, którzy uważają za ekspertów w danej dziedzinie - średnia odpowiedzi 3,82 dla ogółu badanych oraz 3,93 dla użytkowników (skala 1-5). Opinie ekspertów w Internecie oraz ogólne opinie internautów w Internecie charakteryzują się podobnym poziomem zaufania. Najmniej

Tabela 27. Rozpoznawalność pojęć związanych z ekonomią współpracy

Q17. Z czym się Panu/Pani kojarzy termin "Ekonomia Współpracy"?	Ogół próby n = 1406		Użytkownicy platform ekonomii współpracy n = 581	
Wymiana usług za pomocą serwisów internetowych	493	38,3%	246	42,4%
Zaufanie do określonej społeczności	252	19,6%	138	23,8%
Pomoc znajomemu przy remoncie domu  mieszkania	392	30,5%	203	35,0%
Wymiana dóbr za pomocą serwisów internetowych	409	31,8%	214	36,9%
Podwiezienie kolegi do pracy	373	29,0%	194	33,4%
Zaufanie staje się nową walutą	166	12,9%	105	18,1%
Odpłatne udostępnianie rzeczy przez internet	216	16,8%	120	20,7%
Przemiana klientów we współpracowników firmy	186	14,5%	90	15,5%
Bycie częścią społeczności	329	25,6%	183	31,6%
Żadne z wymienionych	150	11,7%	44	7,6%

Źródło: Opracowanie własne.

obie grupy użytkownicy oraz ogół badanej próby biorą pod uwagę reklamy w mediach oraz opinie blogerów.

Tabela 29 przedstawia zestawienie odpowiedzi dotyczących elementów świadczących o statusie społecznym. Odpowiedzi użytkowników platform ekonomii współpracy oraz pozostałych badanych są do siebie zbliżone, najbardziej istotnym elementem świadczącym o statusie społecznym według ankietowanych jest dobrze płatna praca oraz możliwość realizacji własnych pasji. Najmniejsze znaczenie mają natomiast jedzenie produktów ekologicznych i bio oraz otaczanie się wpływowymi ludźmi. Kolejne pytanie definicyjne (Q20) było związane z definicją ekonomii współpracy i miało następującą treść:

„Ekonomia współpracy obejmuje zarówno bezpośrednie świadczenie sobie usług przez ludzi, jak również współużytkowanie, współtworzenie, wspólne kupowanie itp. Zjawisko

Tabela 28. Źródła informacji przy podejmowaniu decyzji zakupowych

Q18. W jakim stopniu bierze Pan/Pani pod uwagę następujące źródła informacji przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Proszę ocenić na skali od 1 do 5 (1 - zdecydowanie nie biorę pod uwagę; 5 zdecydowanie biorę pod uwagę)	Ogół próby n=1406	Użytkownicy platform ekonomii współpracy n = 581
Reklamy w mediach	2,31	2,37
Artykuły w gazetach i magazynach	2,88	2,89
Opinie znajomych ogólnie	3,56	3,63
Opinie znajomych, którzy uważamy za ekspertów w danej dziedzinie	3,82	3,93
Eksperskie opracowania w internecie	3,30	3,46
Ogólnie opinie internautów	3,29	3,42
Opinie znanych Tobie blogerów	2,62	2,73
Ocena usług/Reputacja w portalach (np. gwiazdki na Allegro, oceny hoteli w portalach www)	3,50	3,62

Tabela 29. Status społeczny

Q19. Proszę ocenić, na skali od 1-5 (1 - zupełnie nieistotne; 5- bardzo istotne) na ile zgadza się Pan/ Pani ze twierdzeniem, że poniższe elementy świadczą o statusie społecznym:	Ogół próby n = 1406	Użytkownicy platform ekonomii współpracy n = 581
Samochód, którym jeździsz	3,13	3,18
Własny dom   mieszkanie	3,75	3,79
Kupowanie markowych rzeczy	2,98	3,00
Wakacje zagraniczne	2,98	3,00
Jedzenie produktów ekologicznych   Bio	2,56	2,65
Otaczanie się wpływowymi ludźmi	2,83	2,87
Praca w której mogę się realizować	3,59	3,72
Dobrze płatna praca	3,91	3,94
Chodzenie do teatru, opery itp.	2,99	3,09
Możliwość realizacji własnych pasji	3,81	3,91
Umiejętność efektywnego wydawania pieniędzy	3,52	3,62

Źródło: Opracowanie własne.

bazuje na skłonności ludzi do współpracy, pomagania innym i dzielenia się swoim czasem oraz zasobami, które jest odwzajemniane w różny sposób (materialny i pozamaterialny). Ekonomia współpracy rozwija się w dużej mierze dzięki nowym technologiom internetowym oraz mobilnym, które ułatwiają dostęp do produktów i usług oraz zwiększają bezpieczeństwo poprzez m.in. system ocen i ubezpieczenie. Czy zgadza się Pan/Pani z tą definicją?”

Tabela 30. Stosunek do stwierdzeń związanych z ekonomią współpracy

Q22. Q23. Q24. Proszę określić swój stosunek do poniższych stwierdzeń używając skali od 1 - 5 (1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 5 - zgadzam się zdecydowanie)	Średnia wartość odpowiedzi
System wzajemnych ocen użytkowników w serwisie ekonomii współpracy jest ważniejszy od regulacji prawnych	3,08
Skorzystanie z serwisu ekonomii współpracy musiałyby zarekomendować mi osoba, której ufam	3,47
Pożyczanie jest tańsze niż kupowanie	3,35
Posiadanie wielu rzeczy jest obciążeniem	3,00
Dzięki ekonomii współpracy stać mnie na więcej	3,42
Ekonomia współpracy wspiera budowanie więzi społecznych	3,65
Korzystanie z serwisów ekonomii współpracy jest fajniejsze niż kontakt z tradycyjnymi firmami	3,25
Ogólnie rzecz biorąc, ekonomia współpracy jest zjawiskiem pozytywnym	3,79
Bardzo prawdopodobne, że w przeciągu najbliższych dwóch lat będę korzystać z serwisów ekonomii współpracy	3,43
Kiedyś wyrzucałem, dziś odsprzedaję lub oddaję	3,46
Dostęp do rzeczy jest ważniejszy niż ich posiadanie	3,36
Ekonomia współpracy stanowi zagrożenie dla miejsc pracy	2,37
Postęp to nie efekt zwiększenia konsumpcji, lecz poprawy jej jakości	3,57
Doskonale mogę się obyć bez większości posiadanych rzeczy	3,10
Szanuje/podziwiam osoby, które dążą do ograniczenia konsumpcji	3,33
Wolę wypożyczać lub wynajmować większość rzeczy niż je posiadać	2,51
Myślę, że w internecie mogę zawsze znaleźć kogoś kto będzie gotów wypożyczyć lub wynająć dowolną rzecz	2,95

Źródło: Opracowanie własne.

73% ankietowanych zgodziło się z treścią tej definicji, 25% nie miało zdania na ten temat, a 2% było przeciwnym podanej definicji ekonomii współpracy.

Tabela 30 przedstawia średnie wartości udzielonych odpowiedzi przez ankietowanych tj. użytkowników (U), świadomych (Ś) i nieświadomych (NŚ) platform ekonomii współpracy. Zdania związane z korzystaniem zostały przedstawione tylko tym użytkownikom, którzy korzystali z platform ekonomii współpracy, część pytań została też zadana tylko użytkownikom oraz osobom świadomym ekonomii współpracy. Zdaniem, z którymi badani zgodzili się najbardziej są:

- ogólnie rzecz biorąc, ekonomia współpracy jest zjawiskiem pozytywnym - U - 3,85/Ś - 3,73,
- ekonomia współpracy wspiera budowanie więzi społecznych - U - 3,75/ Ś - 3,65,
- bardzo prawdopodobne, że w przeciągu najbliższych dwóch lat będę korzystać z serwisów ekonomii współpracy - U - 3,67/Ś -3,23,

Zdaniem, z którymi badani najbardziej się nie zgodzili są:

- ekonomia współpracy stanowi zagrożenie dla miejsc pracy - U - 2,47/ Ś - 2,29,
- wolę wypożyczać lub wynajmować większość rzeczy niż je posiadać - U - 2,75/Ś - 2,37/ NŚ - 2,16,
- system wzajemnych ocen użytkowników w serwisie ekonomii współpracy jest ważniejszy od regulacji prawnych - 3,08.

Analizując odpowiedzi ankietowanych można stwierdzić, że ich zdaniem platformy ekonomii współpracy są zjawiskiem pozytywnym, które wspiera budowanie więzi społecznych. Platformy ekonomii współpracy nie stanowią w oczach badanych zagrożenia dla miejsc pracy. Odpowiedzi z którymi najczęściej zgadzali się ankietowani sugerują, że w przyszłości platformy ekonomii współpracy będą się rozwijały. Respondenci wyraźnie podkreślają, że wszystkie 3 grupy czynników są dla nich ważne: ekonomiczne, społeczne oraz środowiskowe. Widoczny jest jednocześnie fakt, że polskie społeczeństwo nadal jest na dorobku i woli posiadać większość rzeczy na własność. Zdecydowana większość udzielonych odpowiedzi w pytaniach Q22, Q23 oraz Q24 napawa optymizmem i zwiększa prawdopodobieństwo rozwoju platform ekonomii współpracy w Polsce.

Podobnie jak w poprzednich pytaniach użytkownicy charakteryzują się znacząco większą wartością średnią wskazywanych odpowiedzi od pozostałych grup.

#### 4.4. Pytania kontrolne oraz metryczka

W ankiecie zawarto 4 pytania kontrolne (Q1,Q2,Q31,Q32), aby zminimalizować ryzyko przypadkowego wypełnienia ankiet oraz zwiększyć prawdopodobieństwo, że wszystkie ankiety zostały wypełnione prawidłowo. Pytania polegały na zaznaczeniu odpowiedniego pola w celu przejścia dalej w ankiecie oraz weryfikowały czy użytkownik nie wypełnia ankiety w sposób losowy, np. Q31: Jaki ptak znajduje się w godle Polski? 1. Orzeł 2. Wróbel 3. Papuga.



## 5. Czynniki wpływające na funkcjonowanie sektora gospodarki według modelu ekonomii współpracy w Polsce

### 5.1. Ocena według kategorii korzyści

Korzyści związane z collaborative economy należy rozpatrywać od następujących strony:

- popytowej (użytkownicy platform),
- podażowej (dostawcy dóbr i usług),
- platform (właściciele i inwestorzy).

Każda z grup interesariuszy w ekonomii współpracy czerpie różnego rodzaju korzyści, których analiza zostanie przeprowadzona w tym rozdziale. W badaniach własnych przeprowadzono analizę korzyści wszystkich trzech grup użytkowników. Badanie ilościowe objęło użytkowników platform zarówno od strony popytowej jak i podażowej, natomiast badanie jakościowe objęło właścicieli i inwestorów polskich platform collaborative economy.

W celu dokładniejszej analizy korzyści związanych z korzystaniem z platform CE odpowiedzi z pytania Q28 (tabela 27) połączono w następujące grupy czynników:

- 1) ekonomiczne (oszczędność pieniędzy, możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy, daje mi więcej możliwości);
- 2) ekologiczne (lepsze wykorzystanie rzeczy, czuję się świadomym konsumentem, jest dobre dla środowiska);
- 3) społeczne (chęć pomocy innym, poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności, poznawanie nowych ludzi, poczucie bycia częścią większego ruchu).

Z dalszej analizy wyłączono jedną z odpowiedzi - „możliwość spróbowania nowych rzeczy”, która nie może być przyporządkowana jednoznacznie do jednej z grup czynników. Jest ona z pogranicza czynników ekonomicznych oraz społecznych, dlatego została pominięta w dalszej analizie. W tabeli 31 przedstawiono średnią wartość odpowiedzi dla wszystkich korzystających z platform CE wraz z podziałem na

Tabela 31. Korzyści użytkowników z podziałem na płeć z korzystania z platform

Q28. Proszę określić w jakim stopniu ważne są dla Pana/Pani poniższe aspekty związane z korzystaniem z serwisów ekonomii współpracy? (1 - w ogóle nie ważne; 5 - bardzo ważne)	Rodzaj czynnika	Użytkownicy wartość średnia	Kobiety wartość średnia	Mężczyźni wartość średnia
Oszczędność pieniędzy	Ekonomiczny	4,16	4,21	4,13
Możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy	Ekonomiczny	3,89	3,95	3,86
Lepsze wykorzystanie rzeczy	Ekologiczny	3,88	3,92	3,85
Czuję się świadomym konsumentem	Ekologiczny	3,76	3,77	3,74
Chęć pomocy innym	Społeczny	3,73	3,81	3,67
Daje mi więcej możliwości	Ekonomiczny	3,71	3,70	3,71
Jest dobre dla środowiska	Ekologiczny	3,66	3,80	3,56
Poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności	Społeczny	3,52	3,56	3,49
Poznanawanie nowych ludzi	Społeczny	3,49	3,52	3,47
Poczucie bycia częścią większego ruchu	Społeczny	3,27	3,15	3,36

Źródło: Opracowanie własne.

kobiety i mężczyzn. Oszczędność pieniędzy była średnio najczęściej udzielaną odpowiedzią, przy czym średnio częściej wskazywały ją kobiety (4,21) niż mężczyźni (4,13).

Przeprowadzając analizę średnich wartości odpowiedzi ankietowanych można dojść do wniosku, że dla strony popytowej oraz podażowej najważniejsze są czynniki ekonomiczne. Najważniejszymi odpowiedziami dla strony popytowej były oszczędność pieniędzy (śr. 4,16 na 5) oraz daje mi więcej możliwości (3,71 na 5). Dla strony podażowej najważniejszymi czynnikami są odpowiednio: możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy (3,89 na 5 oraz daje mi więcej możliwości (3,71 na 5).

Drugą ważną grupę korzyści dla użytkowników platform ekonomii współpracy stanowią czynniki ekologiczne. Najważniejszymi odpowiedziami wskazywanymi przez użytkowników platform CE zarówno ze strony popytowej oraz podażowej są lepsze wykorzystanie rzeczy (3,88) oraz poczucie bycia świadomym konsumentem (3,76).

Tabela 32. Grupy czynników wpływających na motywacje użytkowników platform

Grupa czynników	Średnia wartość odpowiedzi w skali 1-5	Użytkownicy tylko jednej usługi	Użytkownicy dwóch usług	Użytkownicy trzech lub więcej usług
Ekonomiczne	4,03	3,97	4,09	4,11
Ekologiczne	3,77	3,71	3,80	3,90
Społeczne	3,55	3,52	3,51	3,71

Źródło: Opracowanie własne.

Najmniej ważne dla respondentów okazała się grupa czynników społecznych. Ze strony podaźowej najmniej ważne są chęć pomocy innym (3,73 na 5) oraz poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności (3,52 na 5). Od strony popytowej natomiast jako najmniej istotne korzyści wskazano odpowiedzi: poznawanie nowych ludzi (3,49 na 5) oraz poczucie bycia częścią większego ruchu (3,27 na 5).

W celu przeprowadzanie dodatkowej analizy głównych korzyści wpływających na rozwój sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce wykorzystano metodę grupowania czynników. Pogrupowane odpowiedzi ankietowanych znajdują się w tabeli 32. Najważniejszą grupę stanowią czynniki ekonomiczne ze średnią odpowiedzi 4,03/5. Analizując odpowiedzi bardziej zaawansowanych użytkowników platform ekonomii współpracy można stwierdzić, że zdecydowanie bardziej biorą oni pod uwagę korzyści ekonomiczne (4,11/5).

Drugą co do ważności grupę czynników wpływających na rozwój platform ekonomii współpracy w Polsce stanowią korzyści ekologiczne - zgrupowana średnia odpowiedzi to 3,77/5. Zaawansowani użytkownicy, średnio częściej wskazują korzyści ekologiczne związane z korzystaniem z platform ekonomii współpracy - tabela 32.

Po przeprowadzeniu grupowania czynników, najmniej istotnie okazały się czynniki społeczne, które uzyskały średnią wartość odpowiedzi 3,55/5. W celu dodatkowej analizy dokonano procentowego zestawiania udziału odpowiedzi twierdzących (ważne oraz bardzo ważne) na temat badanych korzyści. Wyniki przeprowadzonej analizy przedstawiono w tabeli 33.

Tabela 33. Korzyści użytkowników sumy odpowiedzi 4+5

Q28. Proszę określić w jakim stopniu ważne są dla Pana/Pani poniższe aspekty związane z korzystaniem z serwisów ekonomii współpracy? (1 - w ogóle nie ważne; 5 - bardzo ważne)	Rodzaj czynnika	Użytkownicy procentowy udział odpowiedzi 4 + 5
Oszczędność pieniędzy	Ekonomiczny	78%
Możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy	Ekonomiczny	69%
Lepsze wykorzystanie rzeczy	Ekologiczny	67%
Czuję się świadomym konsumentem	Ekologiczny	63%
Chęć pomocy innym	Społeczny	61%
Daje mi więcej możliwości	Ekonomiczny	61%
Jest dobre dla środowiska	Ekologiczny	60%
Poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności	Społeczny	54%
Poznanie nowych ludzi	Społeczny	52%
Poczucie bycia częścią większego ruchu	Społeczny	46%

Źródło: Opracowanie własne.

Najczęściej wskazywaną korzyścią, biorąc pod uwagę procentowy udział odpowiedzi „ważne” oraz „bardzo ważne”, jest oszczędność pieniędzy (czynnik ekonomiczny) - takiej odpowiedzi udzieliło 78% ankietowanych. Drugą odpowiedzią jest możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy (czynnik ekonomiczny) - 69%. Trzecią najczęściej udzielaną odpowiedzią było lepsze wykorzystanie rzeczy - 67%. Analizując wyniki porównania przedstawionego w tabeli 33 można stwierdzić, że najważniejszą grupą korzyści strony popytowej oraz podażowej są korzyści ekonomiczne (78%, 69%, 61%). Na drugim miejscu znajdują się czynniki ekologiczne (67%, 63%, 60%), a na ostatnim społeczne (61%, 54%, 52%, 46%).

Kolejnym sposobem weryfikacji danych uzyskanych w pytaniu Q28 jest dominanta udzielonych odpowiedzi. Zestawienie dominant zaprezentowano w tabeli 34. Analizując wyniki zestawienia można stwierdzić, że zarówno czynniki ekonomiczne oraz ekologiczne charakteryzują się takimi samymi wartościami dominant. Dominanty dla obu tych grup wynoszą odpowiednio:

- ekonomiczne 5,5,4,

- ekologiczne 4,4,4.

Tabela 34. Korzyści użytkowników dominanta odpowiedzi

Q28. Proszę określić w jakim stopniu ważne są dla Pana/Pani poniższe aspekty związane z korzystaniem z serwisów ekonomii współpracy? (1 - w ogóle nie ważne; 5 - bardzo ważne)	Rodzaj czynnika	Użytkownicy dominanta odpowiedzi
Oszczędność pieniędzy	Ekonomiczny	5
Możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy	Ekonomiczny	5
Lepsze wykorzystanie rzeczy	Ekologiczny	4
Czuję się świadomym konsumentem	Ekologiczny	4
Chęć pomocy innym	Społeczny	4
Daje mi więcej możliwości	Ekonomiczny	4
Jest dobre dla środowiska	Ekologiczny	4
Poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności	Społeczny	4
Poznanawanie nowych ludzi	Społeczny	3 i 4
Poczucie bycia częścią większego ruchu	Społeczny	3

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie analizy dominant można stwierdzić, że czynniki ekonomiczne są najważniejsze dla użytkowników platform ekonomii współpracy. Zdecydowanie wyróżniają się natomiast dominanty czynników społecznych, które są odpowiednio niższe od dwóch pozostałych grup (4, 4, 3 i 4, 3). Po przeprowadzeniu analizy korzyści przedstawionych w tabeli 34 można stwierdzić, że czynniki ekonomiczne oraz ekologiczne są najważniejszymi korzyściami dla użytkowników platform CE. Najmniej istotne są korzyści społeczne.

Aspekty związane z ekologią niewątpliwie wpływają na rozwój modeli ekonomii współpracy. Modele collaborative economy zdecydowanie wpisują się w powszechnie promowany od wielu lat trend „eco”. Dzięki ekonomii współpracy można w znacznie bardziej opłacalny sposób wykorzystywać dostępne na ziemi ograniczone zasoby poprzez zwiększanie ich użycia.

## 5.2. Badanie jakościowe

Badanie przeprowadzono metodą wywiadów pogłębionych. Zdecydowano się na ten sposób przeprowadzenia uwagi na trudności w oszacowaniu próby, czyli określeniu liczby startupów, która działa w Polsce w według modelu ekonomii współpracy. Kwestionariusz został przygotowany w oparciu o przegląd literatury oraz wiedzę empiryczną. Składał się z 7 pytań, które w sposób pośredni odpowiadały na pytanie, jakie czynniki wzrostu determinują rozwój startupów działających w modelu ekonomii współpracy. Dobór próby w badaniu został dokonany w sposób celowy z uwagi na dostęp oraz różnorodność przedstawicieli startupów, które odpowiadały na pytania. Wszystkie startupy uwzględnione w badaniu były całkowicie polskimi przedsiębiorstwami, oznacza to, że zostały założone przez Polaków i działają wyłącznie na terenie Polski. Startupy będące częścią collaborative economy, ale mające know-how pochodzące od spółki matki zagranicą nie były uwzględniane przy doborze próby. Odpowiadającymi byli głównie założyciele oraz osoby odpowiadające za PR i marketing. Odpowiadającym zagwarantowano anonimowość. Badane startupy funkcjonują w następujących branżach: usługi, transport, finanse, odpady, handel. W sumie na pytania odpowiedzieli przedstawiciele 10 podmiotów. Badanie zostało przeprowadzone w okresie od 1 marca do 30 kwietnia 2016 roku.

## 5.3. Czynniki rozwoju przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy - wyniki badania jakościowego

Wszystkie badane startupy nie miały świadomości istnienia zjawiska ekonomii współpracy w momencie planowania swojej działalności. Być może, wynika to z faktu, że większość działa już od co najmniej roku, a pomysły na biznes pojawiły się jeszcze wcześniej, czyli zanim pojęcie ekonomii współpracy pojawiałoby się w dyskusji publicznej w Polsce. Odpowiadający przyznawali, że dopiero w trakcie rozwijania swoich przedsiębiorstw, zdali sobie sprawę, że wpisują się w ten model działalności. Natomiast ze względu na problemy z doprecyzowaniem pojęć ekonomii współdzielenia oraz ekonomii współpracy, nie są w pełni przekonani w którym modelu działają. Pierwsze

pytanie dotyczyło czynników, jakie firmy brały pod uwagę planując startup działający w modelu ekonomii współpracy. Większość, pracując nad pomysłem, nie analizowała czynników dotyczących otoczenia, takich jak tendencje makroekonomiczne, faza rozwoju danego sektora, czynniki społeczno-kulturowe, czy środowiskowe, a także uwarunkowania prawne. Czynniki związane z otoczeniem legislacyjnym były brane pod uwagę tylko w dwóch przypadkach, co wynikało z faktu, że dwa startupy powstawały na rynku objętym wieloma regulacjami. Przedsiębiorcy głównie skupiali się na opracowaniu modelu biznesowego, który pozwoli na przetrwanie i finansowanie dalszej działalności. W niektórych przypadkach, czynnikiem makroekonomicznym, który w pewnym sensie był brany pod uwagę podczas tworzenia wizji startupu był kryzys finansowy oraz jego następstwa. Głównie chodzi o konieczność oszczędności oraz zarabianiu przez osoby fizyczne bez konieczności inwestowania w dodatkowe zasoby, wykorzystując to co już posiadają. W fazie planowania startupu, przedsiębiorcy skupiali się głównie na tym, jak rozwiązać dany problem zaobserwowany w praktyce biznesowej. W początkowej fazie, właśnie na tego typu działania kładziony był największy nacisk.

## Produkty i usługi

Trudno jednoznacznie określić, jaki jest wpływ mody na produkty i usługi oferowane w ramach modelu ekonomii współpracy, na oferujące je polskie startupy. Z jednej strony, niektórzy odpowiadający przyznawali, że widzą modę, ale nie w Polsce, inni z kolei obserwowali to zjawisko jedynie w debacie publicznej, natomiast stwierdzali, że jeszcze nie dotarło to do ich biznesów. W niektórych przypadkach wskazywano, że coraz większa obecność na rynku międzynarodowych firm, takich jak Uber czy BlaBlaCar, pomaga im w budowaniu własnej odpowiedzialności. Odpowiadający stwierdzają jednak w miarę zgodnie, że jeszcze nie widzą, aby moda miała bezpośredni wpływ na funkcjonowanie ich przedsiębiorstw.

## Regulacje

Z uwagi na fakt, że sektor ekonomii współpracy nie posiada jeszcze prawnych regulacji, w badaniu postanowiono sprawdzić, w jaki sposób ewentualność ich

pojawiania się, warunkuje działania przedsiębiorców. Z udzielonych odpowiedzi, można wywnioskować, że możliwość pojawienia się nowych przepisów, nie wpływa negatywnie na plany biznesowe. Wprost przeciwnie, przedstawiciel jednego z badanych startupów przyznał, że jego celem jest osiągnąć tak dużą skalę działania, żeby pojawianie się dodatkowych opłat było niewielkim odsetkiem uzyskiwanych przychodów. Inni wskazywali również na fakt, że obecnie działalność gospodarcza w Polsce wymaga spełniania warunków tak wielu regulacji, że jeśli pojawią się kolejne, nie będą one znaczącym obciążaniem. Co ciekawe, jeden z odpowiadających przyznał również, że dzięki jego działaniom, wiele osób wychodzi z szarej strefy, rejestruje działalność i zaczyna płacić podatki. Ogólnie, startupy mają poczucie, że rynek będzie się rozwijał, a ważniejszym, niż możliwość dodatkowych regulacji prawnych, jest obecnie to czy model biznesowy w jakim działają, pozwoli na przetrwanie.

### Otoczenie konkurencyjne

Kolejnym aspektem działania przedsiębiorstwa, jest jego otoczenie konkurencyjne. Badane startupy przyznają niemal zgodnie, że nie obawiają się dużych korporacji, które mogły zaproponować podobne rozwiązanie i zaoferować je swoim klientom. W takich wypadkach duże firmy osiągają już na samym początku silną przewagę w postaci większego dostępu do środków finansowych i zasobów ludzkich mogąc zaprojektować i wykonać dane rozwiązanie. Natomiast, zdaniem przedsiębiorców działających w modelu collaborative economy, wszelkiego rodzaju rozwiązania zaproponowane przez duże firmy nie mają szans na powodzenie bowiem biznesy działające w tym modelu są często inicjatywami oddolnymi. Jako konkurencję postrzegają z kolei, przede wszystkim, dostawców tych samych towarów i usług, działających w modelu tradycyjnym, a także inne serwisy będące „substytutami” w stosunku do ich rozwiązania, np. portali ogłoszeniowych. W przypadku dużych serwisów działających w podobny sposób, na razie startupy nie oceniają szans na ich wejście do Polski, jako bardzo realne. Jeden ze startupów rozważa również możliwość bycia parterem dużej firmy świadczącej ten sam rodzaj usługi w innych krajach, jeśli ta firma zdecyduje się na wejście na rynek polski.



## Finansowanie

Istotnym czynnikiem funkcjonowania każdego przedsiębiorstwa jest dostęp do finansowania. Dlatego badając startupy działające w modelu collaborative economy, postanowiono sprawdzić, jaki jest stosunek szeroko rozumianej grupy inwestorów (fundusze venture capital, aniołowie biznesu, dofinansowania z PARP) do finansowania tego typu przedsiębiorstw. Większość odpowiadających przyznała, że finansuje swoją działalność z środków własnych, co jest zgodne z tym jak finansowane są startupy w Polsce. Przedstawiciele dwóch podmiotów biorących udział w badaniu, przyznali, że pozyskało finansowanie od inwestora. W jednym przypadku była to korporacja, w drugim fundusz działających w ramach dofinansowań oferowanych w ramach funduszy Unii Europejskiej. Jednak w tych dwóch przypadkach, trudno było stwierdzić, co było decydującym czynnikiem, który przekonał inwestorów do wyłożenia środków. Pozostali przyznali, że chociaż regularnie spotykają się z potencjalnymi inwestorami, to nie widzą większego zainteresowania z ich strony, a także oferowane wyceny nie są, zdaniem założycieli, adekwatne do potencjału biznesowego ich startupów. Część badanych startupów nie osiągnęła również fazy rozwoju, która pozwoliłaby na pozyskanie inwestora.

## Osobowość i doświadczenie założycieli

Rozwój przedsiębiorstwa jest także warunkowany przez osobowość i doświadczenie założycieli. W przypadku startupów, to założyciele decydują o modelu biznesowym, a przez jakiś czas sami wykonują wszystkie czynności operacyjne. Cechami, które zdaniem odpowiadających mają wpływ na to, jak rozwija się ich startup są przede wszystkim: determinacja, nie poddawanie się przeciwnościom, chęć uczenia się nowych rzeczy, cierpliwość, ambicja, poczucie humoru czy kreatywność. Zdobyte doświadczenie, ale w szerokim kontekście, również doświadczenie życiowe, pomaga w budowaniu własnego startupu. Odpowiadający zauważyli, że często pomysł na działalność narodził się, kiedy pracowali w innej firmie i zauważyli problem, którego nie dało się rozwiązać przy strukturze tamtej organizacji. Często, jak stwierdził jeden

z odpowiadających, im więcej doświadczeń życiowych, zawodowych, związanych z pasją, tym łatwiej łączyć fakty i tworzyć modele biznesowe.

Podsumowując, dla startupów działających w modelu collaborative economy, najważniejszym czynnikiem, warunkującym przetrwanie, jest to na ile sprawdzi się obrany model biznesowy. Inne uwarunkowania jak np. makroekonomiczne czy sektorowe, pozostają mniej ważne lub nie brane pod uwagę. Może to wynikać ze specyfiki działania startupów, która zakłada wysokie ryzyko niepowodzenia. Innym wyjaśnieniem może być stosunkowo słabo rozwinięty ekosystem startupowy, czy brak doświadczeń, z których można czerpać wiedzę na temat tego, jak analizować rynek. Na podstawie wyników badania, można również stwierdzić, że czynniki rozwoju startupów collaborative economy działających w Polsce to przede wszystkim determinacja założycieli oraz oryginalność modelu biznesowego. Często, również o sukcesie decyduje kwestia rozwiązania problemu biznesowego i stworzenia na tej podstawie usług/produktu. W odróżnieniu, od większości startupów, te działające w modelu collaborative economy, muszą jeszcze przekonać do swojego rozwiązania bardzo szeroką grupę odbiorców, której zaangażowanie będzie musiało być większe niż w przypadku prostych zakupów i polegać na podzieleniu się.

## 5.4. Podsumowanie

Podsumowując analizę zawartą w rozdziale 5 można stwierdzić, że istnieje wiele czynników wpływających na funkcjonowanie sektora gospodarki według modelu ekonomii współpracy w Polsce. Trzy główne grupy czynników to: ekonomiczne, ekologiczne oraz społeczne. W collaborative economy istnieje duże zróżnicowanie czynników zarówno od strony popytowej jak i podażowej. Analiza przeprowadzona w powyższym rozdziale pozwoliła na weryfikację hipotezy 1 o następującej treści:

Najważniejszym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie sektora gospodarki według modelu ekonomii współpracy w Polsce są korzyści ekonomiczne.

Po przeprowadzeniu analizy wyników badań oraz literatury przedmiotu stwierdzono, że korzyści ekonomiczne są najważniejszym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie sektora gospodarki według ekonomii współpracy w Polsce. Na drugim miejscu znajdują się korzyści ekologiczne, a na ostatnim społeczne. Można stwierdzić, że Polska jako kraj średnio rozwinięty, nie osiągnął jeszcze poziomu rozwoju gospodarczego, który cechuje wysoko rozwinięte kraje, np. Europy Zachodniej lub Stany Zjednoczone. W Polsce nadal najważniejsze są koszty oraz możliwość uzyskania dodatkowych przychodów. Świadczy to o tym, że Polacy są jeszcze na dorobku i skupiają się na kumulacji majątku. W krajach wysoko rozwiniętych (w których społeczeństwa są bogatsze) ekologia oraz aspekty społeczne mają coraz większe znaczenie<sup>84</sup>. Na podstawie przeprowadzonych badań trudno jest stwierdzić kiedy Polska osiągnie porównywalny z Europą Zachodnią poziom ukierunkowania działania CE. Różnice w znaczeniach czynników ekonomicznych, a ekologicznych i społecznych nadal są zauważalne.

Osoby planujące rozwój obecnych, jak i nowych przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy w Polsce powinny brać pod uwagę w pierwszej kolejności korzyści ekonomiczne użytkowników. Platformy collaborative economy jako prywatne przedsiębiorstwa nastawione na zysk powinny w swojej strategii komunikacyjnej uwzględniać ekonomiczne wartości dodane zarówno dla strony popytowej, jak i podażowej.

Na decyzję o wyborze dostawcy usługi dostarczanej w modelu collaborative economy wpływa wiele zmiennych. Nie można jednak skupiać się tylko wokół jednej z grup czynników i należy pamiętać, że użytkownicy platform ekonomii współpracy, bardzo często biorą pod uwagę kilka czynników z kilku różnych grup. Analizując częstotliwość korzystania oraz planowanie korzystania w przyszłości można stwierdzić, że popyt na usługi świadczone w modelu ekonomii współpracy będzie stale rósł,

---

<sup>84</sup> S. Lorek, D. Fuchs, Strong Sustainable Consumption Governance - Precondition for a Degrowth Path?, Journal of Cleaner Production nr 38, 2013, str. 42 .

a największym zainteresowaniem będą się cieszyły usługi dające szereg korzyści ekonomicznych oraz ekologicznych. W Polsce, podobnie jak w innych krajach, w których operują platformy ekonomii współpracy największą grupę stanowią platformy do szeroko rozumianego transportu miejskiego oraz międzymiastowego. Tutaj główną motywacją korzystania są niższe koszty transportu, a co za tym idzie wyższa efektywność oraz niższe obciążenie środowiska przy korzystaniu z danego środka transportu. Dzięki inteligentnym algorytmom oraz powszechnemu dostępowi do internetu użytkownicy platform collaborative economy mogą wspólnie korzystać z dostępnych na rynku środków transportu obniżając koszty oraz zmniejszając obciążenie dla środowiska.

Badane zagadnienie ekonomii współpracy jest stosunkowo nowe. Niniejsza rozprawa stanowi nowy ważny punkt odniesienia do dalszych badań w Polsce. Fundamentalne wyniki obecnego badania wymagają kontynuacji w przyszłości w celu analizy rozwoju ekonomii współpracy w Polsce.

## 6. Demograficzne uwarunkowania korzystania z platform ekonomii współpracy w Polsce.

W rozdziale opisano najistotniejsze zależności pomiędzy pytaniami przedstawionymi w rozdziale czwartym. Wyniki przedstawiono w tabelach oraz wykresach. Poziom istotności wpływu badanych cech demograficznych zweryfikowano statystycznie z wykorzystaniem następujących testów statystycznych: Chi-kwadrat, C-Pearsona oraz V-Cramera.

W tym rozdziale podjęto się weryfikacji hipotezy drugiej, która brzmi:

Wśród czynników demograficznych istotnie wpływających na poziom korzystania z oferty podmiotów z sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy przez konsumentów dominuje wiek.

W badaniu zależności pomiędzy poszczególnymi cechami podzielono respondentów ze względu na następujące zmienne:

- Q3 płeć,
- Q4 wiek,
- Q5 miejsce zamieszkania,
- Q6 wykształcenie.

Występowanie współzależności pomiędzy badanymi cechami zostało określone z wykorzystaniem testu chi-kwadrat. Do obliczenia najwyższego poziomu asocjacji wykorzystano w dalszej analizie testy C-Pearsona oraz V-Cramera. W celu ustalenia wpływu na korzystanie oraz poziom korzystania z platform ekonomii współpracy w Polsce zbadano zależności dla następujących zagadnień:

- korzystanie z platform ekonomii współpracy (tak/nie),
- liczba serwisów z których korzystają respondenci (1, 2, 3+),
- oraz rodzaj serwisu z jakiego korzystają respondenci (współużytkowanie samochodów w miastach, współużytkowanie rowerów miejskich, wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami, udostępnianie mieszkania

lub pokoju na wynajem krótkoterminowy, kursy online, świadczenie usług przez prywatne osoby, biura wspólnej pracy - coworkingowe, współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych, sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników.

## 6.1. Analiza wyników badania płci

W tabeli 35 przedstawiono analizę wyników testu chi-kwadrat dla zależności między płcią respondentów, a korzystaniem z platform, liczbą wykorzystywanych platform oraz rodzajem używanych platform CE. Na podstawie wyników przeprowadzonego testu chi-kwadrat hipoteza zerowa (płeć nie ma wpływu na korzystanie z platform CE) została odrzucona - płeć ma wpływ na korzystanie z platform CE.

Po przeprowadzeniu analizy wyników testu chi kwadrat dla współzależności płci (tabela 36) oraz liczby wykorzystywanych platform CE brak jest podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej - Płeć nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE.

Badane zmienne	Wartość chi kwadrat	Wartość krytyczna chi kwadrat dla poziomu $\alpha = 0,05$	Wartość p-value	Hipoteza zerowa	Wniosek
płeć + korzystanie z platform CE	4,89	3,84	0,027	Płeć nie ma wpływu na korzystanie z platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Płeć ma wpływ na korzystanie z platform CE
płeć + liczba wykorzystywanych platform CE	1,00	5,99	0,606	Płeć nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE	Brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej. Płeć nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE
płeć + rodzaj wykorzystywanych platform CE	18,53	15,51	0,018	Płeć nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Płeć ma wpływ na rodzaj używanych platform CE

Źródło: Opracowanie własne.

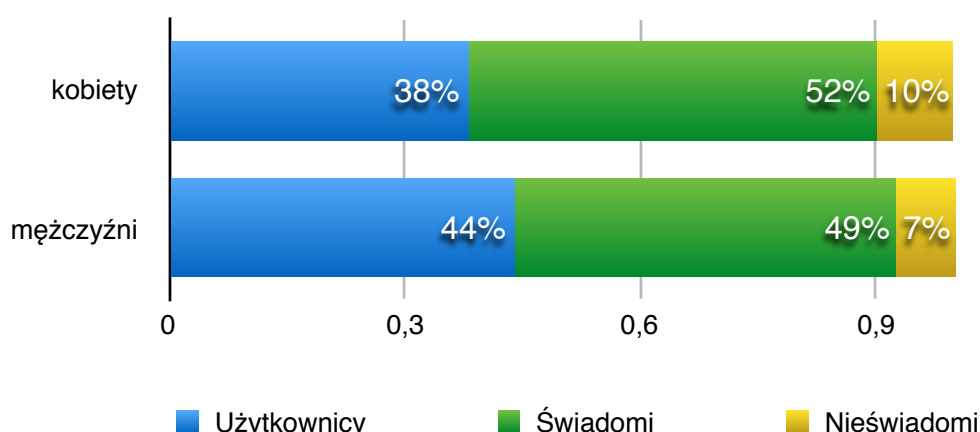
Tabela 36. Wartości testów C-Pearsona oraz V-Cramera dla płci

Badane zmienne	Wartość C-Pearsona	Wartość p value dla C-Pearsona	Wartość V-Cramera
płeć + korzystanie z platform CE	0,0589	0,0275	0,0590
płeć + liczba korzystanych platform CE	0,0415	0,3184	0,0416
płeć + rodzaj korzystanych platform CE	0,1324	0,0000	0,1336

Źródło: Opracowanie własne.

Istnieje natomiast współzależność pomiędzy płcią, a rodzajem wykorzystywanych platform CE - hipoteza zerowa (Płeć nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE) została odrzucona.

Rysunek 10 przedstawia procentowy udział użytkowników platform, osób świadomych oraz nieświadomych usług w modelu ekonomii współpracy w Polsce ze względu na płeć. Można stwierdzić, że mężczyźni stanowią istotnie statystycznie większy procent użytkowników platform CE w Polsce (42,9%) niż kobiety (38%). Znacząca różnica może wynikać z udowodnionej wielokrotnie większej skłonności do



Rysunek 10. Procent użytkowników, świadomych i nieświadomych ekonomii współpracy w Polsce ze względu na płeć

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 37. Porównanie korzystania z platform ekonomii współpracy według płci

Rodzaj usługi	Kobiety	Mężczyźni
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	37,5%	62,5%
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	43,2%	56,8%
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	42,1%	57,9%
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	61,6%	38,4%
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	42,6%	57,4%
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	38,6%	61,4%
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	43,8%	56,3%
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	28,9%	71,1%
Sprzedż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	43,6%	56,4%

Źródło: Opracowanie własne.

ryzyka u mężczyzn<sup>85</sup>. Mężczyźni z antropologicznego punktu widzenia są przygotowani do odkrywania i prawdopodobnie ma to odzwierciedlenie również w collaborative economy<sup>86</sup>.

Płeć ma niewielki wpływ na korzystanie z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy. Na podstawie przeprowadzonych badań nie można jednoznacznie stwierdzić, co powoduje takie różnice. Płeć ma niewielki wpływ na rodzaj wykorzystywanych usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy (tab. 36). Procentowe porównanie korzystania z platform ekonomii współpracy ze względu na płeć przedstawiono w tabeli 37.

<sup>85</sup> J. P. Byrnes, D. C. Miller, W. D. Schafer (1999). Gender differences in risk taking: a meta-analysis. Psychological Bulletin, vol 125, str. 367–383.

<sup>86</sup> C.R. Harris, M. Jenkins, Gender Differences in Risk Assessment: Why do Women Take Fewer Risks than Men?, Judgment and Decision Making, Vol. 1, No. 1, University of California, San Diego, 2006, str. 48–63.



Mężczyźni stanowią procentowo większy udział korzystających z większości platform świadczących usługi w modelu collaborative economy. Jedyny wyjątek stanowi kategoria „udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)”, w której przewagę korzystających stanowią kobiety. W celu bardziej szczegółowej analizy wpływu płci na korzystanie i poziom korzystania z platform collaborative economy niezbędne jest wykonanie kolejnych badań w przyszłości. Występujące różnice pomiędzy płcią mogą mieć wpływ na sposób, w jaki platformy komunikują swoje oferty. Strategie marketingowe kierowane do kobiet mogą bowiem być inne niż te kierowane do mężczyzn.

## 6.2. Analiza wyników badania według wieku

W tabeli 38 przedstawiono analizę wyników testu chi kwadrat dla zależności między wiekiem respondentów, a korzystaniem, liczbą wykorzystywanych platform oraz rodzajem używanych platform CE. Na podstawie wyników przeprowadzonego testu chi-

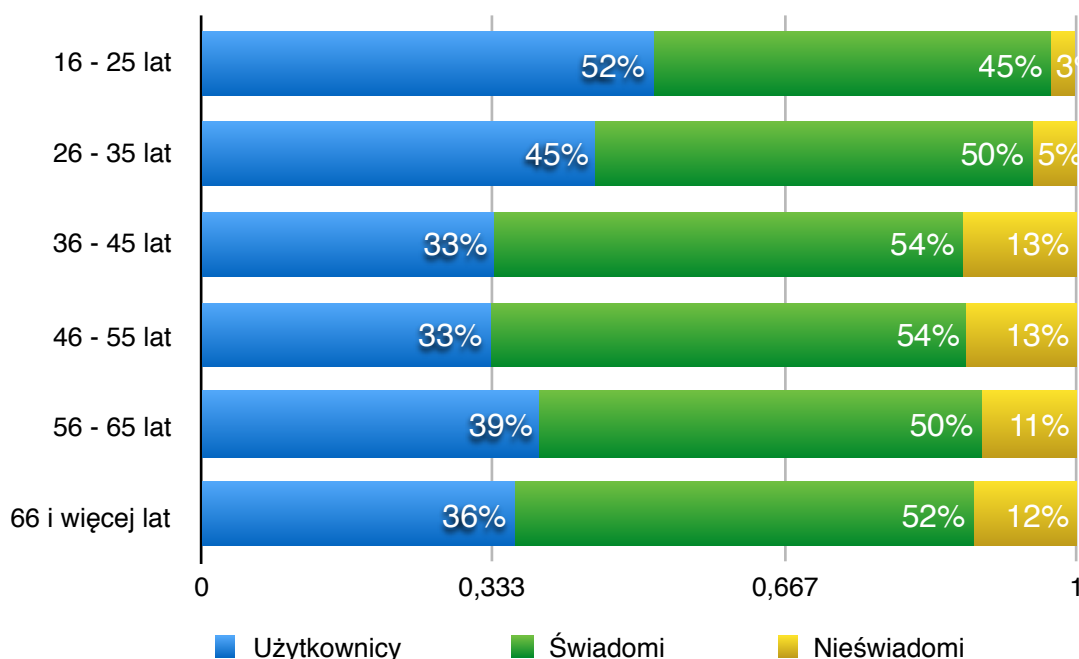
Tabela 38. Analiza chi-kwadrat dla wieku					
Badane zmienne	Wartość chi kwadrat	Wartość krytyczna chi kwadrat dla poziomu $\alpha = 0,05$	Wartość p-value	Hipoteza zerowa	Wniosek
wiek + korzystanie z platform CE	33,62	3,84	0,0000	Wiek nie ma wpływu na korzystanie z platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Wiek ma wpływ na korzystanie z platform CE
wiek + liczba wykorzystywanych platform CE	29,47	5,99	0,0000	Wiek nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Wiek ma wpływ na liczbę wykorzystywanych platform CE
wiek + rodzaj wykorzystywanych platform CE	103,82	15,51	0,0000	Wiek nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Wiek ma wpływ na rodzaj używanych platform CE

Źródło: Opracowanie własne.

kwadrat hipoteza zerowa (wiek nie ma wpływu na korzystanie z platform CE) została odrzucona - wiek ma wpływ na korzystanie z platform CE.

Po przeprowadzeniu analizy wyników testu chi kwadrat dla współzależności wieku oraz liczby wykorzystywanych platform CE odrzucono hipotezę zerową - wiek nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE. Istnieje również współzależność pomiędzy wiekiem, a rodzajem wykorzystywanych platform CE - hipoteza zerowa (Wiek nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE) została odrzucona.

Na rysunku 11 przedstawiono istotne statystycznie różnice w korzystaniu z platform CE ze względu na wiek. Największym odsetkiem użytkowników platform ekonomii współpracy charakteryzują się osoby z grup wiekowych 16 - 25 lat oraz 26 - 35 lat. Prawdopodobnie jest to skorelowane z korzystaniem z Internetu, który jest niezbędny do korzystania z platform ekonomii współpracy i obserwowanym wyższym natężeniem zjawiska wykluczenia cyfrowego wśród osób starszych.

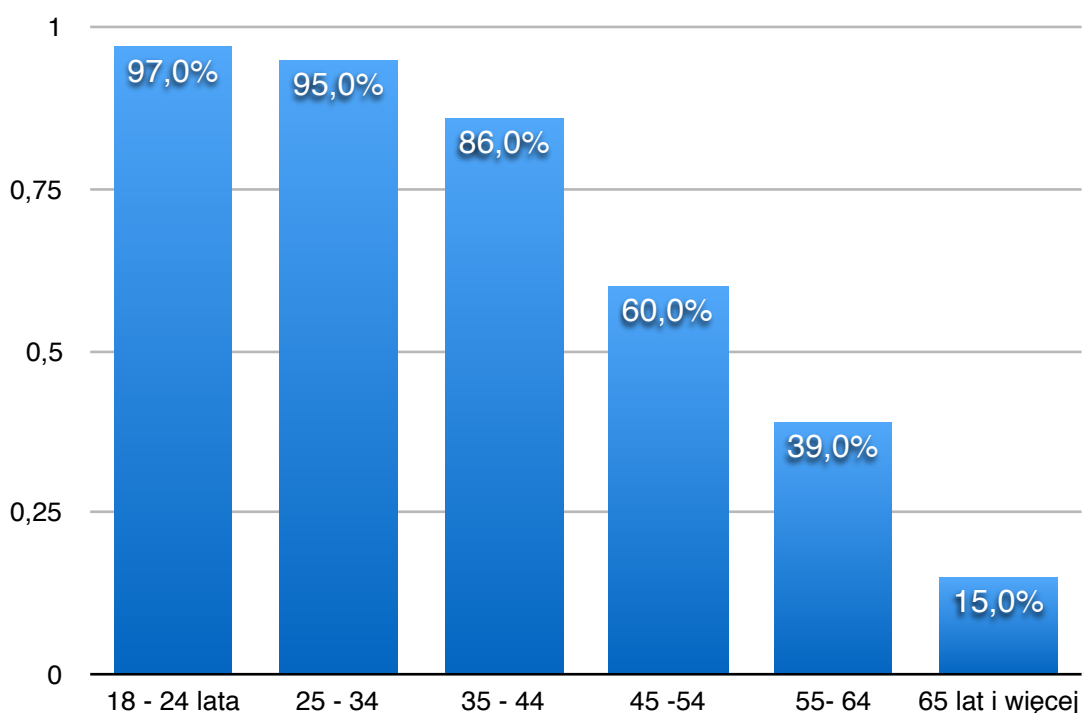


Rysunek 11. Procent użytkowników, świadomych i nieświadomych ekonomii współpracy w Polsce ze względu na wiek

Źródło: Opracowanie własne.

Odsetek internautów w Polsce przedstawiono na rysunku 12. Najmłodsze grupy wiekowe charakteryzują się ponad 95% odsetkiem osób korzystających z Internetu. W analizie wyników przedstawionych na rys. 11. warto zwrócić uwagę na grupę wiekową 56 - 65 lat, która charakteryzuje się znacząco wyższym odsetkiem osób korzystających z platform CE, niż grupy 46 - 55 lat oraz 66 lat i więcej. Prawdopodobnie może to być spowodowane faktem, iż osoby po 55 roku życia dysponują dobrami materialnymi (np. drugie mieszkanie lub samochód), które zdążyły zgromadzić w przeciągu swojego życia. Dzięki platformom ekonomii współpracy osoby w grupie wiekowej 56 - 65 lat mogą udostępniać swoje zgromadzone zasoby młodszym generacjom.

Trend dynamicznego rozwoju platform ekonomii współpracy jest wspierany przez naturalny proces zmiany pokoleniowej. Millenialsi stanowią obecnie największą grupę użytkowników collaborative economy. W 2015 roku według badania przeprowadzonego na rynku pracy w Stanach Zjednoczonych millenialsi stali się główną



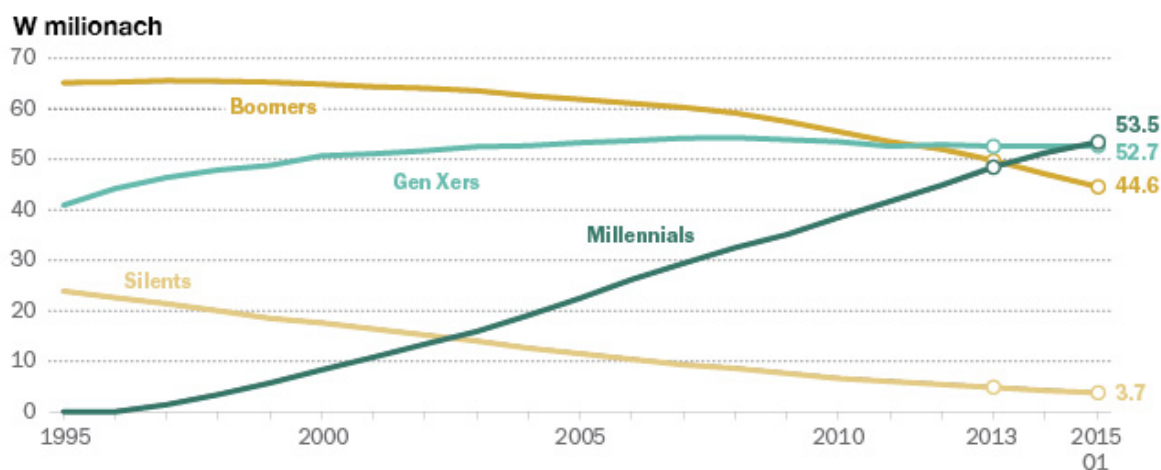
Rysunek 12. Odsetki internautów wg. wieku

Źródło: Komunikat z badań CBOS, nr 90/2015, Warszawa, czerwiec 2015.

siłą napędową gospodarki, wypierając poprzednią generację X<sup>87</sup>. Na rysunku 13 przedstawiono historyczne zmiany w czasie liczebności generacji sił roboczych w Stanach Zjednoczonych w latach 1995 – 2015. Oto 5 głównych cech charakteryzujących pokolenie millenialsów<sup>88</sup>.

1. Technologia mobilna jest ich główną technologią, oczekują od niej niezawodności.
2. Preferują poznawanie nowych ludzi oraz socjalizowanie się z nimi, szczególnie podczas konsumpcji dóbr i usług.
3. Współpracują, kiedykolwiek jest to możliwe nie tylko między sobą, ale również z firmami.
4. Poszukują przygód, gdziekolwiek jest to możliwe.
5. Biorą pod uwagę wartości jakimi kierują się marki z których korzystają.

Millenialsi znacząco częściej, niż poprzednie generacje poszukują aktywnie informacji na temat produktów i usług za pomocą internetu i smartfonów oraz biorą pod uwagę opinię swoich znajomych, rodziny i przyjaciół, zanim podejmą decyzje zakupowe. Platformy collaborative economy idealnie wpisują się w tą kategorię,



Rysunek 13. Porównanie liczebności pokoleń siły roboczej w Stanach Zjednoczonych w latach 1995 – 2015 (w milionach)

Źródło: Paw Research Center tabulations of monthly 1995 – 2015 Current Population Surveys, Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS).

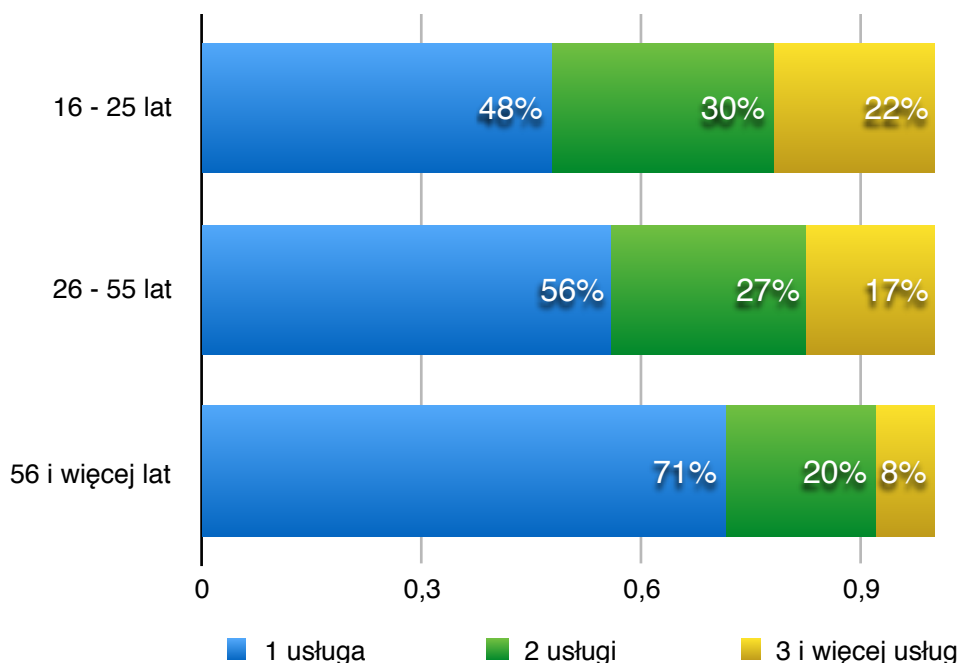
<sup>87</sup> Pew Research Center tabulations of monthly 1995 – 2015 Current Population Surveys, Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS)

<sup>88</sup> <http://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2014/12/29/5-traits-that-define-the-80-million-millennial-customers-coming-your-way/#5d75f2792a81> (odczyt 10.02.2017)

ponieważ w wielu przypadkach oceny obu stron po zakończeniu transakcji są obligatoryjne – systemy blokują możliwość ponownego skorzystania z usługi, zanim nie oceni się poprzedniej transakcji. Dzięki takiej praktyce, zwiększa się zarówno jakość świadczonych dóbr i usług, satysfakcja, efektywność, a także poziom bezpieczeństwa wszystkich użytkowników.

Biorąc pod uwagę powyższy trend oraz specyfikę pokolenia millenialsów, można spodziewać się, stałego wzrostu liczby użytkowników platform collaborative economy, nie tylko na świecie, ale również i w Polsce. Millenialsi będą wypierać poprzednie mniej zcyfryzowane generacje, nowe kolejne pokolenia wchodzące w wiek ekonomicznej aktywności, również będą korzystały z tego rodzaju cyfrowych usług. Na rysunku 14 przedstawiono zależność między wiekiem badanych oraz liczbą wykorzystywanych usług. Osoby młodsze charakteryzują się większą intensywnością i różnorodnością w korzystaniu z platform ekonomii współpracy w Polsce.

Można stwierdzić, że wraz z upływem czasu coraz więcej osób będzie korzystało z platform ekonomii współpracy. Naturalnym procesem jest wchodzenie nowych generacji oraz przejmowanie przez nie wiodącej roli w aktywności ekonomicznej.



Rysunek 14. Liczba wykorzystywanych usług ze względu na wiek

Źródło: Opracowanie własne.

### 6.3. Analiza wyników badania według miejsca zamieszkania

W tabeli 39 przedstawiono analizę wyników testu chi kwadrat dla zależności pomiędzy miejscem zamieszkania respondentów, a korzystaniem z platform, liczbą wykorzystywanych platform oraz rodzajem używanych platform CE. Na podstawie wyników przeprowadzonego testu chi kwadrat hipoteza zerowa (miejsce zamieszkania nie ma wpływu na korzystanie z platform CE) została odrzucona - miejsce zamieszkania ma wpływ na korzystanie z platform CE.

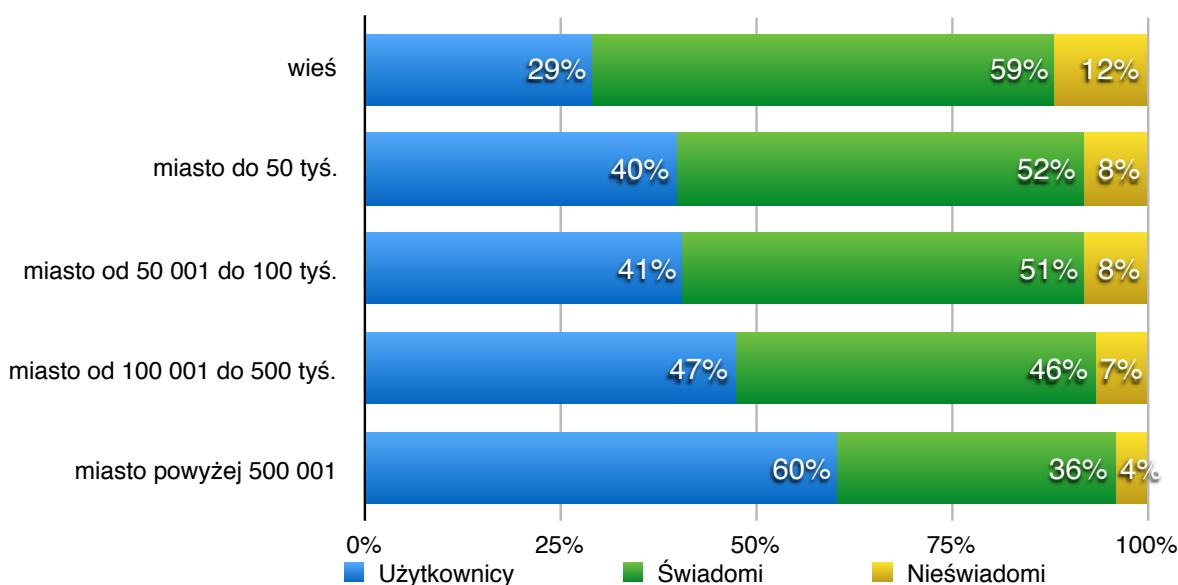
Po przeprowadzeniu analizy wyników testu chi kwadrat dla współzależności miejsca zamieszkania oraz liczby wykorzystywanych platform CE odrzucono hipotezę zerową - miejsce zamieszkania nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE. Istnieje również współzależność pomiędzy miejscem zamieszkania, a rodzajem

Tabela 39. Analiza chi kwadrat dla miejsca zamieszkania					
Badane zmienne	Wartość chi kwadrat	Wartość krytyczna chi kwadrat dla poziomu $\alpha = 0,05$	Wartość p-value	Hipoteza zerowa	Wniosek
Miejsce zamieszkania + korzystanie z platform CE	64,1000	3,8400	0,0000	Miejsce zamieszkania nie ma wpływu na korzystanie z platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Miejsce zamieszkania ma wpływ na korzystanie z platform CE
Miejsce zamieszkania + liczba wykorzystywanych platform CE	15,8000	5,9900	0,0004	Miejsce zamieszkania nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Miejsce zamieszkania ma wpływ na liczbę wykorzystywanych platform CE
Miejsce zamieszkania + rodzaj wykorzystywanych platform CE	75,9400	15,5100	0,0000	Miejsce zamieszkania nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Miejsce zamieszkania ma wpływ na rodzaj używanych platform CE

Źródło: Opracowanie własne.

wykorzystywanych platform CE - hipoteza zerowa (Miejsce zamieszkania nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE) została odrzucona.

Porównując wyniki testów z procentowym udziałem użytkowników, osób świadomych oraz osób nieświadomych ekonomii współpracy w Polsce ze względu na miejsce zamieszkania (rysunek 15) można stwierdzić, że istnieje istotna zależność pomiędzy korzystaniem z platform CE, a miejscem zamieszkania danej osoby.

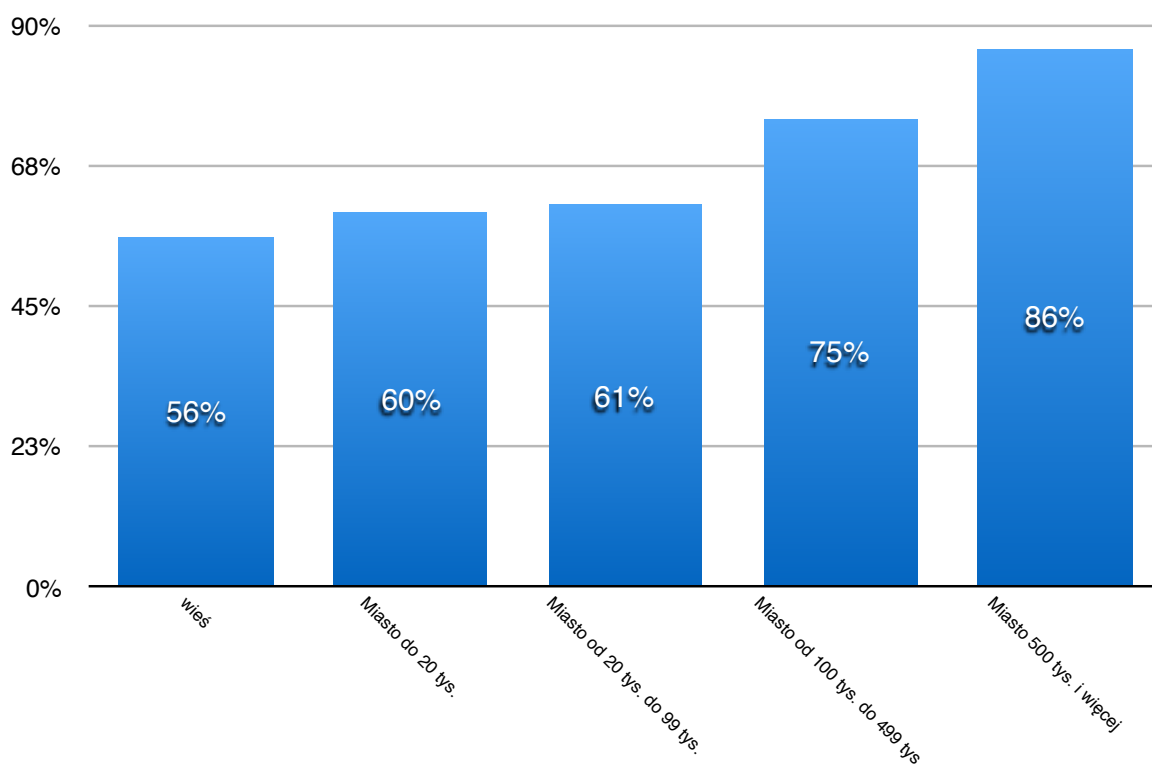


Rysunek 15. Procent użytkowników, świadomych i nieświadomych ekonomii współpracy w Polsce ze względu na miejsce zamieszkania

Źródło: Opracowanie własne.

Najwyższym odsetkiem użytkowników (60,3%) charakteryzują się największe miasta powyżej 500 000 mieszkańców. Najmniejszy odsetek użytkowników występuje wśród mieszkańców wsi - 29,1%. Podobnie jak w przypadku wieku miejsce zamieszkania jest skorelowane z odsetkiem osób korzystających z Internetu - odsetek internautów według wielkości miejsca zamieszkania przedstawiono na rysunku 16. Im większa miejscowość tym większy odsetek ludzi korzysta zarówno z internetu jak i z platform CE.

W tabeli 40 przedstawiono wyniki testów C-Pearsona oraz V-Cramera dla miejsca zamieszkania. Ważnym czynnikiem wpływającym na odsetki osób korzystających z ekonomii współpracy w miastach może być dostępność niektórych



Rysunek 16. Odsetki internautów według miejscowości zamieszkania

Źródło: Komunikat z badań CBOS, nr 90/2015, Warszawa, czerwiec 2015.

Tabela 40. Wartości testów C-Pearsona oraz V-Cramera dla miejsca zamieszkania

Badane zmienne	Wartość C-Pearsona	Wartość p value dla C-Pearsona	Wartość V-Cramera
Miejsce zamieszkania + korzystanie z platform CE	0,2088	< 0,0000	0,2135
Miejsce zamieszkania + liczba korzystanych platform CE	0,1628	0,0001	0,1167
Miejsce zamieszkania + rodzaj korzystanych platform CE	0,2611	< 0,0000	0,1352

Źródło: Komunikat z badań CBOS, nr 90/2015, Warszawa, czerwiec 2015.

z usług. Istnieją takie usługi, które obecnie dostępne są tylko w ośrodkach miejskich (np. Uber, Heetch itp.) Może to być powodem, dla którego statystycznie więcej osób korzysta z platform CE w dużych miastach niż w mniejszych miejscowościach. Wiele platform



ekonomii współpracy opiera swój rozwój na efekcie sieciowym<sup>89</sup>, czyli im więcej osób korzysta z danej platformy, tym większa wartość dodana jest wytwarzana dla pozostałych użytkowników<sup>90</sup>. To również może być przyczyną znacząco większej liczby użytkowników w dużych ośrodkach miejskich. Im większe zagęszczenie ludności, tym łatwiej osiągnąć efekt sieciowy i wygenerować wartość dodaną dla użytkowników. W mniejszych ośrodkach miejskich oraz na wsiach, niektóre usługi świadczone w modelu ekonomii współpracy są po prostu niedostępne, np. Uber, Veturilo, Next bike itp.

Istnieje jednak szereg usług, które mają potencjał do rozwoju w mniejszych miejscowościach. Platformy takie jak BlaBlaCar, czy Airbnb z powodzeniem mogą świadczyć swoje usługi na obszarach mniejszych miast oraz wiejskich oferując bardziej efektywne usługi transportu oraz zakwaterowania na danych obszarach. W przypadku dobrej kampanii informacyjnej istnieje duża szansa na wykorzystanie potencjału mniejszych ośrodków miejskich oraz obszarów wiejskich w Polsce.

#### 6.4. Analiza wyników badania według wykształcenia

W tabeli 41 przedstawiono analizę wyników testu chi-kwadrat dla zależności między poziomem wykształcenia respondentów, a korzystaniem z platform, liczbą wykorzystywanych platform oraz rodzajem używanych platform CE. Na podstawie wyników przeprowadzonego testu chi kwadrat hipoteza zerowa (wykształcenie nie ma wpływu na korzystanie z platform CE) została odrzucona - wykształcenie ma wpływ na korzystanie z platform CE.

Po przeprowadzeniu analizy wyników testu chi kwadrat dla współzależności wykształcenia oraz liczby wykorzystywanych platform CE (tabela 41) brak jest podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej - wykształcenie nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE. Istnieje współzależność pomiędzy wykształceniem,

---

<sup>89</sup> Efekt sieciowy (ang. network effect) – pojęcie w teorii ekonomii opisujące sytuację, w której obecni konsumenci dobra odnoszą korzyści, gdy zwiększa się adopcja tego dobra przez nowych użytkowników.

<sup>90</sup> I. Dąbrowski, Mechanizmy sprzężeń zwrotnych a równowaga i dynamika systemu ekonomicznego, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, 2016, str. 34.

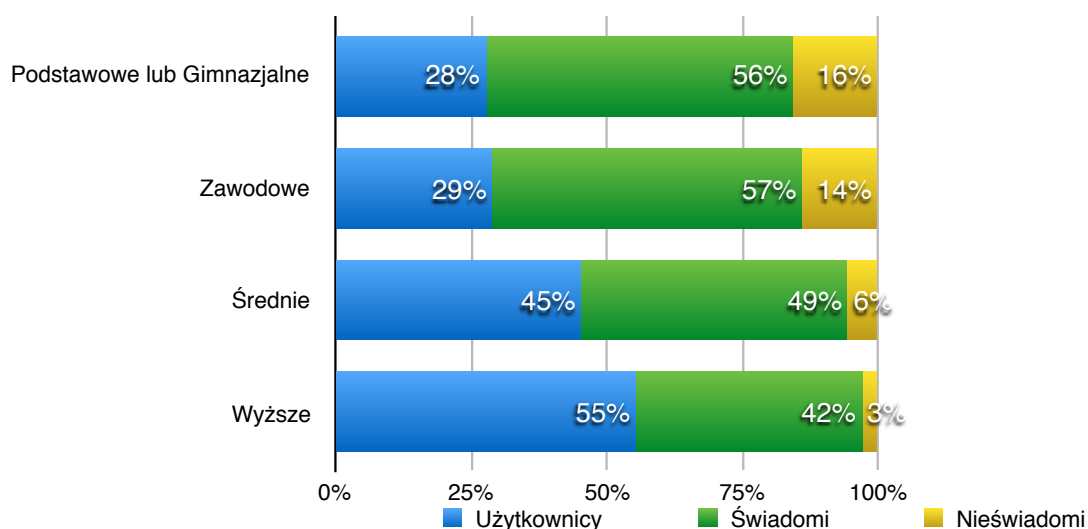
Tabela 41. Analiza dla chi kwadrat dla wykształcenia					
Badane zmienne	Wartość chi kwadrat	Wartość krytyczna chi kwadrat dla poziomu $\alpha = 0,05$	Wartość p-value	Hipoteza zerowa	Wniosek
Wykształcenie + korzystanie z platform CE	61,81	3,84	0,0000	Wykształcenie nie ma wpływu na korzystanie z platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Wykształcenie ma wpływ na korzystanie z platform CE
Wykształcenie + liczba wykorzystywanych platform CE	2,62	5,99	0,27	Wykształcenie nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE	Brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej. Wykształcenie nie ma wpływu na liczbę wykorzystywanych platform CE
Wykształcenie + rodzaj wykorzystywanych platform CE	46,24	15,51	0,0000	Wykształcenie nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE	Odrzucono hipotezę zerową. Wykształcenie ma wpływ na rodzaj używanych platform CE

Źródło: Opracowanie własne.

a rodzajem wykorzystywanych platform CE - hipoteza zerowa (wykształcenie nie ma wpływu na rodzaj używanych platform CE) została odrzucona.

Najwyższym odsetkiem użytkowników platform CE charakteryzują się osoby z wyższym wykształceniem - 55,2%. Drugą grupę pod tym względem stanowi wykształcenie średnie 45,1% (rys. 17).

Zestawienie wszystkich badanych odsetek użytkowników platform CE ze względu na wykształcenie zostało zaprezentowane na rysunku 17. Z przeprowadzonej analizy wynika, że wykształcenie nie wpływa na liczbę wykorzystywanych platform ekonomii współpracy w Polsce. Bez względu na poziom wykształcenia jak już ktoś raz skorzysta z collaborative economy to poziom jego satysfakcji jest na tyle duży, że ma ochotę ponownie skorzystać z usług świadczonych w tym modelu. Bardzo ważne jest to pierwsze skorzystanie z usługi i przełamanie bariery nowości, ponieważ po pierwszej usłudze znacząco wzrasta intensywność korzystania oraz planowanie korzystania



Rysunek 17. Procent użytkowników, świadomych i nieświadomych ekonomii współpracy w Polsce ze względu na wykształcenie

Źródło: Komunikat z badań CBOS, nr 90/2015, Warszawa, czerwiec 2015.

w przyszłości (patrz rozdział 4). W przypadku wykształcenia zaobserwowano podobne wyniki i podobny mechanizm jak w przypadku analizy według płci. Można stwierdzić, że wykształcenie ma jednak duże znaczenie dla poziom korzystania z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Osoby z wyższym poziomem wykształcenia charakteryzują się również wyższą obsługą nowoczesnych technologii informacyjnych i częściej korzystają z usług w modelu CE. Zawsze jednak ma znaczenie oszczędność pieniędzy oraz fakt, że może korzystanie z CE może generować korzyści ekonomiczne.

Firmy opierające swoje modele biznesowe na collaborative economy zdają się wykorzystywać powyższe zależności. W przypadku wielu platform ekonomii współpracy mamy do czynienia z mechanizmami, których celem jest przełamanie bariery pierwszego skorzystania z platformy. Są to, m. in.:

- 1) uproszczone interfejsy użytkownika oraz możliwość założenia konta dzięki jednemu kliknięciu, np. funkcja zaloguj z facebooka;

- 2) promocyjne kody i zniżki, np.: na pierwszy przejazd Uberem (25 zł)<sup>91</sup> lub pierwsze wynajęcie mieszkania poprzez platformę Airbnb (79 zł)<sup>92</sup>;
- 3) systemy poleceń wśród znajomych. Wiele systemów posiada identyfikację użytkowników dzięki której, każdy członek platformy posiada swój indywidualny kod rabatowy, który może podać swoim znajomym. Jeżeli zaproszona osoba skorzysta po raz pierwszy z usługi otrzymuje ją w gratisie, a osoba która „zwerbowała” nowego użytkownika dostaje zniżkę, np. na kolejny swój przejazd lub wynajem mieszkania.

## 6.5. Pozostałe czynniki wpływające na korzystanie z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy w Polsce

Oprócz wymienionych w poprzednich podrozdziałach czynników demograficznych można wyróżnić szereg innych czynników wpływających na korzystanie, sposób oraz dostęp do usług w modelu collaborative economy. Duże znaczenie ma w tym przypadku dostęp do nowych technologii oraz tempo ich adaptacji przez polskie społeczeństwo. W różnych miejscach w kraju, a także w zależności od wieku, płci oraz wykształcenia adaptacja nowych technologii jest na innym poziomie. Zjawisko wykluczenia cyfrowego (inna nazwa: przepaść cyfrowa) w przypadku ekonomii współpracy ma duże znaczenie. Wykluczenie cyfrowe określane jest jako różnica między tymi osobami i społeczeństwami, które mają dostęp do technologii informacyjnych, a tymi, które takiego dostępu nie mają<sup>93</sup>. Powodów wykluczenia cyfrowego może być bardzo wiele, istnieje wiele badań<sup>94</sup> oraz opracowań naukowych na

---

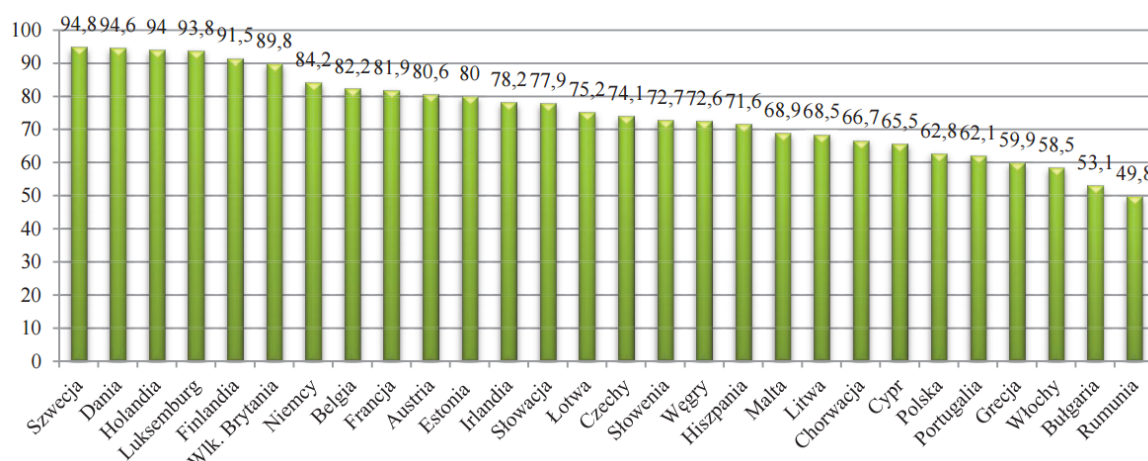
<sup>91</sup> <https://www.uber.com/pl/promo/> (odczyt 10.02.2017)

<sup>92</sup> <https://www.airbnb.pl/invite> (odczyt 11.02.2017)

<sup>93</sup> Decyzja Urzędu Nadzoru EFTA nr 34/10/COL z dnia 3 lutego 2010 r. zmieniająca po raz 79. zasady proceduralne i merytoryczne w dziedzinie pomocy państwa poprzez dodanie nowego rozdziału w sprawie stosowania przepisów dotyczących pomocy państwa w odniesieniu do szybkiego wdrażania sieci szerokopasmowych.

<sup>94</sup> Badanie CBOS „Aktualne problemy i wydarzenia” z kwietnia 2010 roku.

ten temat zarówno w Polsce<sup>95</sup> jak i na świecie<sup>96</sup>. Na podstawie badań CBOS można wyróżnić podstawowe kryteria wykluczenia społecznego ze względu na kompetencje cyfrowe. Są nimi przede wszystkim wiek, wykształcenie oraz – w mniejszym stopniu – sytuacja materialna i miejsce zamieszkania<sup>97</sup>. Na podstawie wyników badań Kancelarii Senatu widać wyraźną różnicę pomiędzy czynnikami psychologicznymi, takimi jak motywacja i umiejętności posługiwania się komputerem, a czynnikami technologicznymi, które odgrywają znacznie mniejszą rolę<sup>98</sup>. Warto podkreślić fakt, że Polska na tle innych państw Unii Europejskiej plasuje się jako jedno z najslabiej rozwiniętych państw pod względem odsetku mieszkańców korzystających z internetu. Według badania International Telecommunication Union z 2013 roku mniejszym odsetkiem korzystających z internetu charakteryzuje się tylko 5 państw: Portugalia, Grecja, Włochy, Bułgaria i Rumunia<sup>99</sup>. Na rysunku 18 przedstawiono zestawienie dla wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej.



Rysunek 18. Korzystający z internetu w krajach UE w 2013 r (w procentach)

Źródło: International Telecommunication Union, [www.itu.int](http://www.itu.int).

<sup>95</sup> E. Kryńska (red.), Ł. Arendt, P. Daniłowicz, I. Kukulak-Dolata, I. Poliwczyak, H. Sobocka-Szczapa, M. Szymczak, Wykluczenie cyfrowe na rynku pracy, seria "Studia i Monografie", IPiSS, Warszawa, 2010, str. 16.

<sup>96</sup> H. Galperin, Goodbye digital divide, Hello digital confusion? A critical embrace of the emerging ICT4D consensus. Information Technologies and International Development, 6 Special Edition, 2010, str. 53–55.

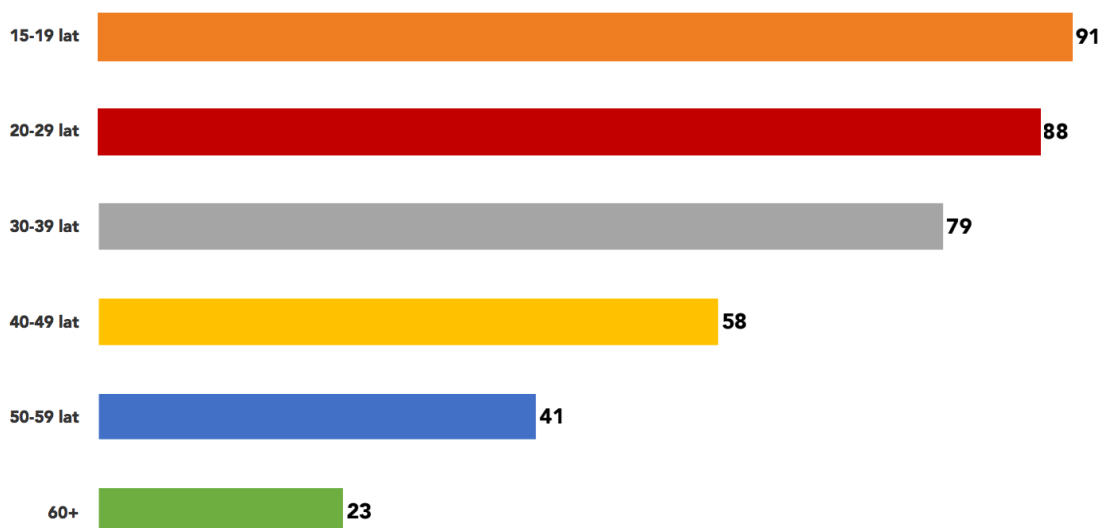
<sup>97</sup> CBOS, Internauci 2015.

<sup>98</sup> Wykluczenie cyfrowe w Polsce, Opracowanie tematyczne OT-637, Kancelaria Senatu, Biuro Analiz i Dokumentacji, Grudzień, 2015, str. 9.

<sup>99</sup> International Telecommunication Union, [www.itu.int](http://www.itu.int)

Większość usług świadczonych w modelu collaborative economy jest dostępnych za pośrednictwem aplikacji mobilnych. Często jest to główny kanał dystrybucji, kontaktu oraz forma zamawiania tego rodzaju dóbr i usług. Powoduje to, że ważnym wskaźnikiem w dostępie oraz potencjale rozwoju ekonomii współpracy w Polsce jest penetracja smartfonów (wskaźnik smartfonizacji). Według raportu Jestem Mobi penetracja smartfonów w Polsce w 2015 roku wynosiła 58%<sup>100</sup> (58% x 32,7 mln (Polacy w wieku 15+) = ok. 18,96 mln smartfonów).

Wyposażenie w smartfony, podobnie jak korzystanie z internetu jest bardzo silnie skorelowane z wiekiem danej osoby. Na rysunku 19 przedstawiono poziom penetracji smartfonów w Polsce według grup wiekowych. Zdecydowana większość Polaków w wieku 15-29 lat korzysta już ze smartfonów, spędzając dziennie ok. 2,5 h na korzystaniu z urządzenia mobilnego. Z roku na rok wskaźnik smartfonizacji oraz średni czas korzystania za smartfona wydłuża się. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że oba trendy przyczynią się do wzrostu zainteresowania usługami świadczonymi w modelu ekonomii współpracy. Autorzy raportu Polska jest Mobi podają również, że smartfony posiadało w 2015 roku 61% kobiet i 55% mężczyzn.

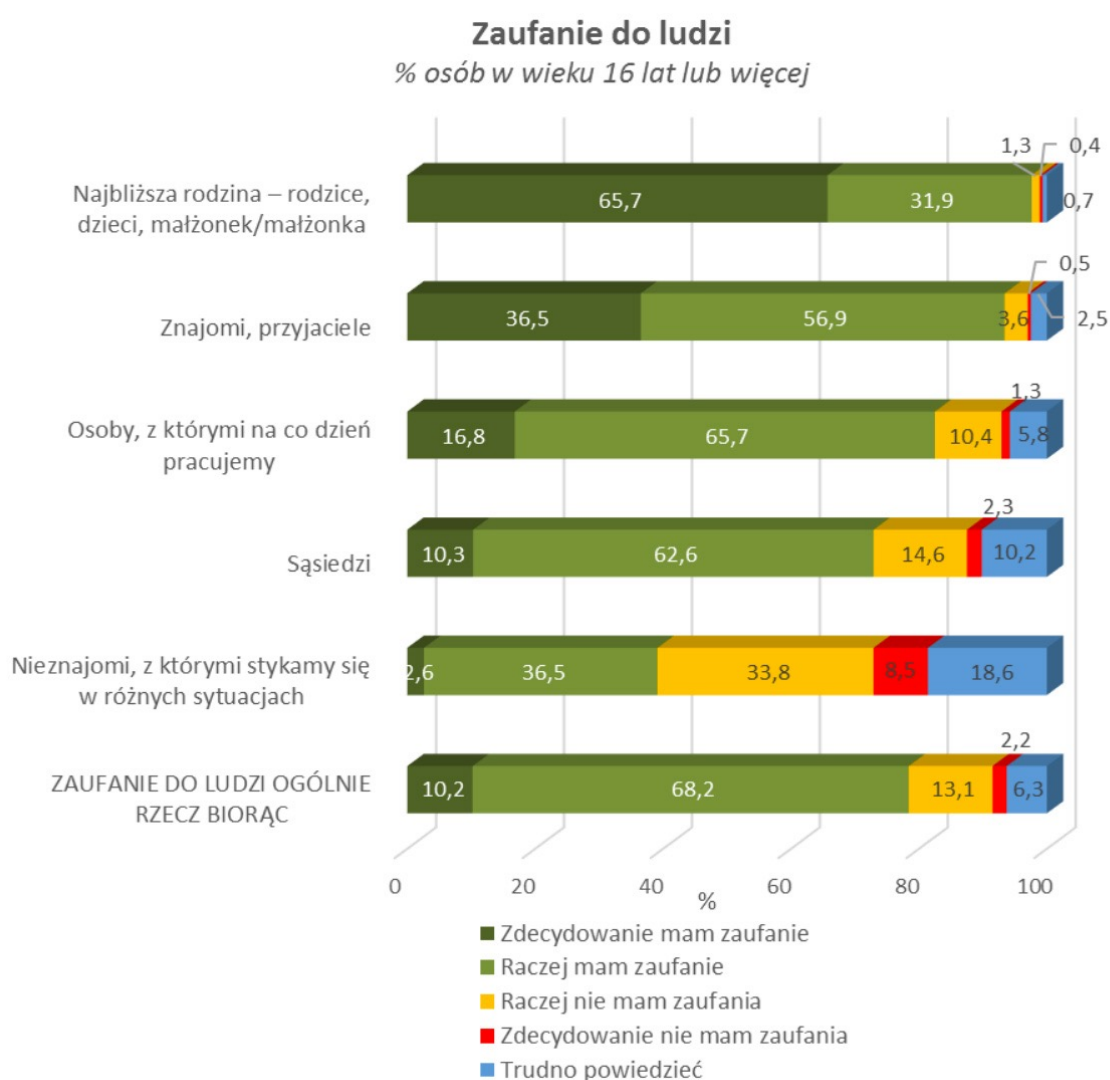


Rysunek 19. Penetracja smartfonów w Polsce w według grup wiekowych w 2015 roku

Źródło: Raport Polska jest Mobi, JestemMobi, 2015.

<sup>100</sup> Raport Polska jest Mobi, JestemMobi, 2015, str. 7.

Kolejnym ważnym czynnikiem, który wpływa na korzystanie z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy jest szeroko rozumiane zaufanie. W Polsce podobnie jak w pozostałych krajach postsowieckich poziom zaufania społecznego jest na niskim poziomie<sup>101</sup>. Wpływa na to wiele czynników, jednakże z roku na rok sytuacja poprawia się. Daje to podstawy, aby sądzić, iż w polskim społeczeństwie istnieje ogromny potencjał zaufania społecznego, którego odblokowanie znacząco przyspieszy nie tylko korzystanie z cyfrowych usług collaborative economy, ale również wzrost gospodarczy. Brak zaufania, wiąże się z wyższymi kosztami prowadzenia



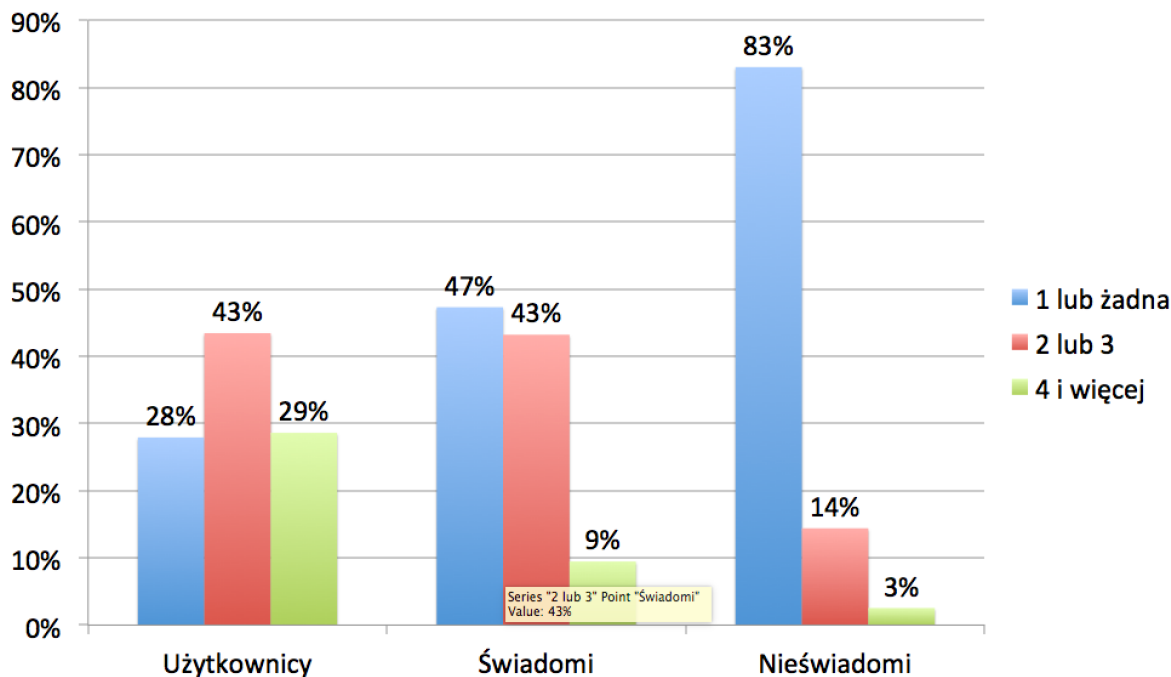
Rysunek 20. Zaufanie do ludzi w Polsce

Źródło: GUS, Badanie spójności społecznej, 2015.

<sup>101</sup> S. Pogonyi, Post-communist Deficits of Trust, Visegrad Insight 2/2013 (4), 2013, str. 33.

biznesu<sup>102</sup>. Na rysunku 20 przedstawiono wyniki badania zaufania przeprowadzonego przez Główny Urząd Statystyczny w Polsce w 2015 roku. Polacy darzą największym poziomem rodzinę oraz znajomych i przyjaciół. Dużo mniejszym poziomem zaufania charakteryzują się sąsiedzi oraz osoby z którymi pracujemy<sup>103</sup>. Według raportów na temat zaufania społecznego w Polsce sytuacja z roku na rok poprawia się i wraz z rozwojem społeczno-ekonomicznym poziom zaufania społecznego w Polsce zwiększa się<sup>104</sup>. Podobnie jak w przypadku smartfonizacji oraz dostępu do internetu zwiększające się stale zaufanie społeczne może przyczynić się do wzrostu popytu na usługi świadczone w modelu ekonomii współpracy. Istnieje jeszcze ogromny potencjał wzrostu zaufania w porównaniu do państw Europy zachodniej, Skandynawii lub Stanów Zjednoczonych.

Warunkiem koniecznym korzystania z platform ekonomii współpracy jest technologia. Sam dostęp do technologii nie powoduje bowiem korzystania z niej. Korzystanie z nowych technologii najczęściej jest skorelowane z poziomem zamożności,



Rysunek 21. Procentowy rozkład rozpoznawalności liczby nowych technologii przez 3 grupy ankietowanych.

Źródło: Opracowanie własne.

<sup>102</sup> <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,409092,raport-brak-zaufania-i-odmienne-priorytety-utrudniaja-wspolprace-nauki-i-biznesu.html> (odczyt 13.02.2017)

<sup>103</sup> GUS, Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015, Warszawa, 2015.

<sup>104</sup> GUS, Badanie spójności społecznej, 2015.



ponieważ często nowo pojawiające się technologie są znacznie droższe niż dotychczasowe rozwiązania. Na rysunku 21 przedstawiono procentowy rozkład rozpoznawalności liczby nowych technologii przez 3 grupy ankietowanych w badaniu własnym. Warto zwrócić uwagę na fakt, że osoby, które korzystają z platform CE rozpoznają więcej nowych technologii niż osoby, które tylko słyszały o ekonomii współpracy oraz nieświadomi ekonomii współpracy.

## 6.6. Ocena znaczenia wszystkich czynników

Przeprowadzona analiza testów chi-kwadrat w poprzednich podrozdziałach umożliwiła identyfikację zależności wśród badanych zmiennych, w celu weryfikacji hipotezy drugiej (H2):

Wśród czynników demograficznych istotnie wpływających na poziom korzystania z oferty podmiotów z sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy przez konsumentów dominuje wiek

Niezbędne było wykonanie dodatkowych analiz, a dla lepszej oceny wyników zestawiono zbiorczo w tabeli 42. Wyniki każdego z testów niezależności chi-kwadrat zostały rozszerzone o kalkulacje współczynników kontyngencji C-Pearsona oraz współczynniki V-Cramera. Dzięki przeprowadzonej analizie określono kierunek oraz siłę zachodzących korelacji. Tabela 42 przedstawia sumaryczne zestawienie wszystkich współczynników dla badanych zmiennych. Natężenie koloru determinuje siłę korelacji pomiędzy zmiennymi:

- kolor zielony - najsilniejsza korelacja,
- kolor pomarańczowy - silna korelacja,
- kolor czerwony - średnia korelacja,
- kolor fioletowy najsłabsza korelacja.

Analizując zestawienie wyników testów C-Pearsona oraz V-Cramera przedstawionych w tabeli 42 można stwierdzić, że najbardziej istotną cechą demograficzną wpływającą na samo korzystanie z platform collaborative economy

Tabela 42. Zestawienie współczynników C-Pearsona oraz V-Cramera

Badane zmienne	Wartość C-Pearsona	Wartość p value dla C-Pearsona	Wartość V-Cramera
Płeć + korzystanie z platform CE	0,0589	0,0275	0,0590
Płeć + liczba korzystanych platform CE	0,0415	0,3184	0,0416
Płeć + rodzaj korzystanych platform CE	0,1324	0,0000	0,1336
Wiek + korzystanie z platform CE	0,1528	< 0,00001	0,1546
Wiek + liczba korzystanych platform CE	0,2199	< 0,00001	0,1594
Wiek + rodzaj korzystanych platform CE	0,3015	< 0,00001	0,1414
Miejsce zamieszkania + korzystanie z platform CE	0,2088	< 0,00001	0,2135
Miejsce zamieszkania + liczba korzystanych platform CE	0,1628	0,0001	0,1167
Miejsce zamieszkania + rodzaj korzystanych platform CE	0,2611	< 0,00001	0,1352
Wykształcenie + korzystanie z platform CE	0,2052	< 0,00001	0,2097
Wykształcenie + liczba korzystanych platform CE	0,0670	0,1075	0,0475
Wykształcenie + rodzaj korzystanych platform CE	0,2065	< 0,00001	0,1219

Źródło: Opracowanie własne.

w Polsce jest miejsce zamieszkania. Zarówno współczynnik kontyngencji C Pearsona (0,2088) jak i V-Cramera (0,2135) przyjmują najwyższe parametry dla współzależności pomiędzy miejscem zamieszkania, a korzystaniem z platform CE. Przyczyną tego

zjawisko może być dostępność niektórych z usług ekonomii współpracy tylko w miastach (np. usługi transportowe). Jak wynika z tabeli 42 zarówno użytkowanie jak i rozpoznawalność platform CE jest wprost proporcjonalna do wielkości miejsca zamieszkania. Drugą po miejscu zamieszkania cechą demograficzną wpływającą na korzystanie z ekonomii współpracy jest wykształcenie, ze współczynnikami odpowiednio: C Pearsona (0,2052) oraz V-Cramera (0,2096).

Kolejność wpływu wszystkich badanych cech demograficznych wpływających na korzystanie z platform CE jest następująca:

- 1) miejsce zamieszkania,
- 2) wykształcenie,
- 3) wiek,
- 4) płeć.

Po przeprowadzeniu analizy wyników testów C-Pearsona oraz V-Cramera przedstawionych w tabeli 42 można stwierdzić, że najbardziej istotną cechą demograficzną wpływającą na liczbę wykorzystywanych platform collaborative economy w Polsce jest wiek. Zarówno współczynnik kontyngencji C Pearsona (0,2199) jak i V-Cramera (0,1594) przyjmują najwyższe parametry dla współzależności pomiędzy wiekiem, a liczbą wykorzystywanych platform CE. Przyczyną tego zjawisko może być większa motywacja i lepsze posługiwanie się technologią mobilną wśród ludzi młodych do korzystania z usług ekonomii współpracy. Jak wynika z tabeli 40 ponad 51% osób w wieku 16 - 25 lat korzysta z usług w modelu ekonomii współpracy, a grupa wiekowa 26 - 35 charakteryzuje się 45% odsetkiem użytkowników. Na rysunku 14 przedstawiono grupy wiekowe wraz z procentowym podziałem na liczbę serwisów z których korzystają. Można stwierdzić, że ilość serwisów z których korzystają respondenci jest wprost proporcjonalna do ich wieku.

Drugą po wieku cechą demograficzną wpływającą na liczbę wykorzystywanych platform ekonomii współpracy jest miejsce zamieszkania ze współczynnikami odpowiednio: C-Pearsona (0,1628) oraz V-Cramera (0,1167). Kolejność wpływu wszystkich badanych cech demograficznych wpływających na liczbę wykorzystywanych platform CE jest następująca:

- 1) wiek,

2) miejsce zamieszkania.

Dla poziomu wykształcenia oraz płci brak jest podstaw do odrzucenia hipotez zerowych o braku współzależności między badanymi zmiennymi. Zmienne demograficzne: wykształcenie oraz płeć, nie są skorelowane z liczbą wykorzystywanych platform CE.

Analizując zestawienie wyników testów C-Pearsona oraz V-Cramera przedstawionych w tabeli 42 można stwierdzić, że najbardziej istotną cechą demograficzną wpływającą na rodzaj wykorzystywanych platform collaborative economy w Polsce jest wiek. Zarówno współczynnik kontyngencji C-Pearsona (0,3015) jak i V-Cramera (0,1414) przyjmują najwyższe parametry dla współzależności pomiędzy wiekiem, a rodzajem wykorzystywanych platform CE. Przyczyną tego zjawisko może być większa rozpoznawalność usług ekonomii współpracy wśród młodszych grup wiekowych. Drugą po wieku cechą demograficzną wpływającą na rodzaj wykorzystywanych platform ekonomii współpracy jest miejsce zamieszkania, ze współczynnikami odpowiednio: C-Pearsona (0,2611) oraz V-Cramera (0,1352). Kolejność wpływu wszystkich badanych cech demograficznych wpływających na rodzaj wykorzystywanych platform CE jest następująca:

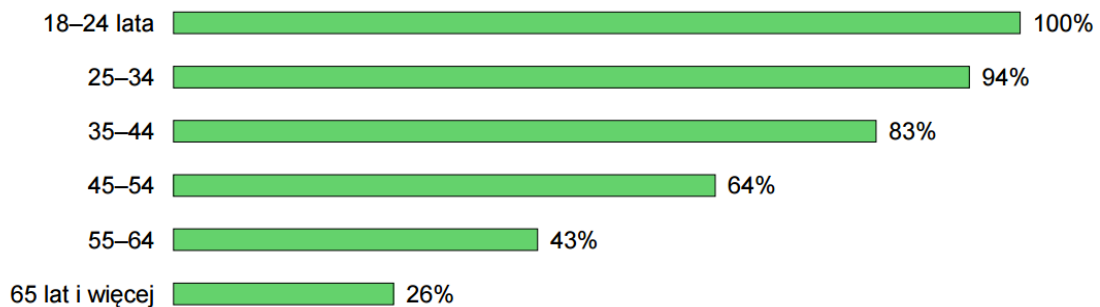
- 1) wiek,
- 2) miejsce zamieszkania,
- 3) wykształcenie,
- 4) płeć.

Na poziom korzystania z oferty podmiotów z sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy składa się liczba serwisów z których korzystają respondenci oraz ich rodzaj. Analizując zestawienie współczynników C-Pearsona oraz V-Cramera w tabeli 42 można stwierdzić, iż dominującą cechą wpływającą na poziom korzystania z platform CE jest wiek. Zarówno w przypadku liczby wykorzystywanych serwisów oraz ich rodzaju korelacja według współczynnika C-Pearsona oraz V-Cramera dla wieku jest największa, kolejnym czynnikiem jest miejsce zamieszkania, następnie wykształcenie, a na końcu płeć. Przeprowadzone analizy pozwalają potwierdzić hipotezę drugą (H2) o treści:

Wśród czynników demograficznych istotnie wpływających na poziom korzystania z oferty podmiotów z sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy przez konsumentów dominuje wiek.

Drugą co do poziomu istotności cechą demograficzną wpływającą na poziom korzystania z usług w modelu CE jest miejsce zamieszkania. Samo korzystanie z platform jest najsilniej skorelowane z miejscem zamieszkania. Można stwierdzić, że wiek oraz miejsce zamieszkania to dwie najistotniejsze cechy demograficzne determinujące korzystanie oraz poziom korzystania z platform CE w Polsce.

Powodów dla których wiek jest dominującą cechą wpływającą na korzystanie z platform ekonomii współpracy jest kilka. Pierwszym najbardziej oczywistym jest dostęp i korzystanie z internetu. Na rysunku 22 przedstawiono odsetki internautów w wybranych grupach wiekowych.



Rysunek 22. Odsetki internautów wśród wybranych grup wiekowych w Polsce w 2016 roku.

Źródło: CBOS Komunikat z badań nr 92/2016, str. 2.

Według badań CBOS z 2016 roku wszyscy Polacy w wieku 18-24 korzystali z internetu. Niewiele mniejszy odsetek internautów (94%) stanowi grupa wiekowa 25-34 lata<sup>105</sup>. Korzystanie z internetu oraz korzystanie z platform ekonomii współpracy jest ściśle ze sobą powiązane, ponieważ technologia informacyjna w postaci internetu jest warunkiem koniecznym w rozwoju ekonomii współpracy.

<sup>105</sup> CBOS Komunikat z badań nr 92/2016, str. 2.

Drugim powodem dla którego wiek jest dominującym czynnikiem determinującym korzystanie z platform ekonomii współpracy może być fakt, że osoby w wieku 18-35, czyli w grupach wiekowych z najwyższym odsetkiem użytkowników platform collaborative economy należą do pokolenia millennials (Y). Generacja Y charakteryzuje się zupełnie innymi wartościami przy podejmowaniu decyzji zakupowych. W 2015 roku pokolenie millennials stało się największą grupą zawodową w Stanach Zjednoczonych<sup>106</sup>. Zarówno to jak i kolejne pokolenia korzystają z internetu oraz platform ekonomii współpracy w sposób naturalny. Z procesów demograficznych wynika, iż wchodzenie kolejnych pokoleń w wiek aktywności ekonomicznej wpływa na rozwój platform ekonomii współpracy. Może się to przyczynić do kontynuacji trendu zwiększania udziału w rynku ofert podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy.

Miejsce zamieszkania jest drugą co do ważności cechą demograficzną wpływającą na poziom korzystania z usług collaborative economy. Nie bez powodu. Dostępność niektórych usług jest możliwa tylko na obszarach miejskich, np. współdzielone rowery miejskie. Usługi transportowe typu Uber są dostępne tylko w 7 największych miastach w Polsce<sup>107</sup>. Nie oznacza to jednak, że platformy ekonomii współpracy nie mogą się rozwijać w mniejszych ośrodkach miejskich oraz na wsiach. Istnieje potencjał rozwoju usług noclegowych, np. dla agroturystyki oraz międzymiastowych usług transportowych, np. Bla Bla Car.

Pozostałe dwie ujęte w badaniach cechy demograficzne, wykształcenie oraz płeć charakteryzują się znacząco niższym poziomem korelacji z korzystaniem z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Wpływ tych cech nie jest jednoznaczny, dlatego trudno stwierdzić, czy mają one realne znaczenie w odniesieniu do korzystania z collaborative economy. W celu pełnego określenia wpływu tych cech, niezbędna jest kontynuacja badań oraz zastosowanie bardziej szczegółowych narzędzi badawczych.

---

<sup>106</sup> <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/11/millennials-surpass-gen-xers-as-the-largest-generation-in-u-s-labor-force/> (odczyt 12.02.2017)

<sup>107</sup> Dane udostępnione przez pracownika firmy Uber Polska.

## 7. Rozwój ekonomii współpracy, a tradycyjne sektory gospodarki

Jak wynika z analizy przedstawionej w poprzednich rozdziałach ludzie młodszy znacząco częściej korzystają z usług collaborative economy. Wynika to z bardzo wielu czynników oraz determinuje przyszły rozwój ekonomii współpracy w Polsce. Młodzi ludzie korzystają i będą dalej korzystać z nowych platform, dzięki czemu istnieje duże prawdopodobieństwo, że trend rozwoju collaborative economy zostanie utrzymany. Szczególnie prawdopodobny jest ciągły wzrost popytu na tego rodzaju usługi w dużych miastach, w których efekt sieciowy powoduje największą możliwość bardziej efektywnego wykorzystania dostępnych zasobów. Należy przypuszczać, iż kolejne roczniki i pokolenia, również będą aktywnie korzystały z platform ekonomii współpracy, co jeszcze bardziej przyczyni się do wzrostu udziału w rynku tego typu usług.

Usługi świadczone w modelu ekonomii współpracy często zaspokajają te same potrzeby, które do tej pory były zaspokajane w tradycyjny sposób. Zestawienie usług tradycyjnych oraz świadczonych w modelach CE przedstawia tabela 43.

Większość z usług collaborative economy stanowi alternatywę dla dotychczasowych rozwiązań zaspokojenia danej potrzeby. Można wywnioskować, że usługi CE w porównaniu do tradycyjnych modeli biznesowych oferują alternatywne rozwiązania, które w przyszłości mogą wypierać dotychczasowe formy zaspokajania danych potrzeb. Zjawisko to istnieje od początku ekonomicznego rozwoju człowieka determinuje ciągły rozwój gospodarki.

W tym rozdziale przedstawiono uwarunkowania rozwoju usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce, w celu weryfikacji hipotezy trzeciej, która brzmi:

Tabela 43. Zestawienie usług tradycyjnych z platformami CE

Tradycyjna usługa	Platformy CE	Zaspokajana potrzeba
Transport publiczny, taksówki, własne auto	Uber, Car2go	Przemieszczanie się po mieście
Transport publiczny, własny rower	Next Bike, Veturillo	Przemieszczanie się po mieście, rekreacja
Transport między miastami, przesyłki kurierskie, poczta	BlaBlaCar, jalezabiore.pl	Przemieszczanie się pomiędzy miastami, usługi pocztowe, kurierskie i logistyczne
Hotele, hostele, pensjonaty	Airbnb, Couchsurfing	Nocleg w celach turystycznych oraz biznesowych
Uniwersytety, firmy szkoleniowe, szkolenia, szkoły	Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare	Zdobywanie wiedzy oraz nabywanie nowych umiejętności
Świadczenie usług dorywczych, umowy na dzieło lub zlecenie	TakeTask, freelancer.com	Praca zarobkowa
Budynki biurowe, wynajem powierzchni	MyMeetingRoom, Business Link	Miejsce do pracy
Banki, fundusze inwestycyjne, rodzina znajomi	Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl	Pozyskiwanie środków na inwestycję
Targowiska, bazaraki, supermarkety, sklepy spożywcze	RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl	Zakup świeżych warzyw i owoców

Źródło: Opracowanie własne.

Rozwój sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii współpracy, stanowi konkurencję dla dotychczasowych rozwiązań w obszarach swojego funkcjonowania.

Przeprowadzono analizę następujących zachowań oraz udzielonych odpowiedzi przez ankietowanych:

- Q21 - planowanie korzystania,
- Q22 - stosunek do zdań twierdzących,
- Q26 - ocena doświadczeń z korzystania,
- Q27 - skłonność do poleceń,
- Q25 - rekomendacje serwisów.



Szczegółowe wyniki analiz przedstawiono w podrozdziałach od 7.1. do 7.5. Zawierają one pełną analizę w celu przeprowadzenia weryfikacji hipotezy trzeciej.

## 7.1. Planowane przyszłe korzystanie z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce

Istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój oraz popyt na dane dobra i usługi jest deklarowane korzystanie z danych dóbr i usług w przyszłości. To, w jaki sposób konsumenci planują korzystać z platform ekonomii współpracy może determinować ich przyszły rozwój lub stagnację. Na planowanie oraz jego częstotliwość może wpływać wiele czynników, takich jak: dotychczasowe zadowolenie z nabywanych dóbr i usług, poziom jakości, cena, dostępność oraz wiele innych. W tabeli 44 przedstawiono wyniki średnie dla odpowiedzi udzielonych przez ankietowanych na pytanie związane z planowanym poziomem korzystania w ciągu najbliższego roku z konkretnych usług świadczonych w modelach ekonomii współpracy.

Analizując wyniki średnich odpowiedzi dla obu płci wyraźnie widać, że usługami, które mają szansę rozwijać się szybciej niż pozostałe w ciągu najbliższego roku są kolejno:

- sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów) - 3,02,
- świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających) - 2,63,
- współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo) - 2,55.

Usługami, które charakteryzują się najmniejszą szansą wzrostu użytkowania przez ankietowanych są:

- udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów) - 1,86,
- współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go) - 2,01,
- współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl) - 2,05.

Tabela 44. Planowanie korzystania z platform ekonomii współpracy w Polsce

Q21. W jakim stopniu, w skali od 1 do 5 w ciągu najbliższego roku, planuje Pan/Pani korzystać z poniższych usług z zakresu ekonomii współpracy (1 - zdecydowanie nie będę korzystać; 5 - zdecydowanie będę korzystać)	Kobiety średnia odpowiedzi 1-5	Mężczyźni średnia odpowiedzi 1-5	Razem średnia odpowiedzi 1-5
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	2,05	1,99	2,01
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	2,50	2,60	2,55
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedziobore.pl - nie wliczamy autostopu)	2,45	2,60	2,53
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	1,86	1,86	1,86
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	2,35	2,43	2,39
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	2,52	2,72	2,63
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	2,00	2,20	2,11
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	1,74	2,26	2,05
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,14	2,92	3,02

Źródło: Opracowanie własne.

Porównując zestawienie ze względu na płeć można stwierdzić, że mężczyźni planują częściej niż kobiety korzystać z platform CE w Polsce. Znaczące różnice w przewadze planowanego korzystania przez mężczyzn występują przede wszystkim w usługach:

- świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających),
- biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link),

- współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl).

Kobiety zdecydowanie częściej średnio niż mężczyźni planują korzystać tylko ze sprzedaży produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów) oraz w minimalnym stopniu ze współużytkowania samochodów w miastach (np. Uber, Car2go). Przyszłe korzystanie z wspólnych mieszkań lub pokoi na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów) charakteryzuje się takim samym poziomem dla obu płci - 1,86/5.

Dokonując podziału ankietowanych na użytkowników oraz osoby, które tylko słyszały o serwisach można dostrzec znaczącą różnicę w planowanym poziomie korzystania w ciągu najbliższego roku. W tabeli 45 zaprezentowano wyniki porównania użytkowników oraz świadomych usług w modelu CE. Dla każdej z grup usług CE poziom planowanego korzystania z nich w przyszłości jest wyższy dla użytkowników średnio o 1,54 na 5 pkt. Można stanowczo stwierdzić, że osoby, które chociaż raz skorzystały z dowolnej usługi w modelu CE są zdecydowanie bardziej zainteresowane korzystaniem z usług CE w przeciągu najbliższego roku. Największą różnicę w skłonności do ponownego skorzystania z platform ekonomii współpracy pomiędzy użytkownikami, a osobami które tylko słyszały o tego typu usługach można zaobserwować w następujących kategoriach:

- współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go) - 1,72 pkt różnicy,
- współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo) - 1,72 pkt różnicy,
- świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających) - 1,7 pkt różnicy.

Najmniejsze różnice w planowanym przyszłym korzystaniu z platform ekonomii współpracy w odpowiedziach udzielonych przez użytkowników oraz świadomych istnienia platform CE występują w następujących obszarach:

Tabela 45. Planowanie korzystania z usług w modelu ekonomii współpracy

Q21. W jakim stopniu, w skali od 1 do 5 w ciągu najbliższego roku, planuje Pan/Pani korzystać z poniższych usług z zakresu ekonomii współpracy (1 - zdecydowanie nie będę korzystać; 5 - zdecydowanie będę korzystać)	Użytkownicy wartość średnia	Świadomi wartość średnia	Różnica Pomiędzy użytkownikami i świadomymi wartość średnia	Wartość średnia użytkownicy i świadomi łącznie
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,31	1,59	1,72	2,01
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	3,75	2,03	1,72	2,55
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	3,68	2,01	1,67	2,53
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,10	1,57	1,53	1,86
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,35	2,00	1,35	2,39
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,70	2,00	1,7	2,63
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,31	1,74	1,57	2,11
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	3,07	1,71	1,36	2,05
Sprzedż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,84	2,57	1,27	3,02

Źródło: Opracowanie własne.

- sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów),
- kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare),

- współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl).

Warto zauważyć, że nadal są to stosunkowo wysokie różnice na poziomie średnio powyżej 1,27 pkt co świadczy o tym, że osoby, które co najmniej raz skorzystały z jakiegokolwiek platformy CE są z niej na tyle zadowolone i bardziej (niż nie-użytkownicy) planują ponowne skorzystanie z ofert podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy.

Średnia wartość planowanego w przyszłości korzystania z platform ekonomii współpracy nie świadczy o znaczącym potencjale rozwoju collaborative economy w Polsce. Sugeruje to, że aby tego rodzaju usługi mogły się rozwijać niezbędna jest edukacja rynku oraz rozwój nowych technologii. Istnieje prawdopodobieństwo, iż wraz z rozwojem dostępu do technologii informacyjnych, coraz więcej osób będzie planowało skorzystanie w przyszłości z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy. Przełamanie bariery pierwszego skorzystania wydaje się być tutaj kluczowym czynnikiem determinującym dalsze planowanie oraz korzystanie z platform collaborative economy w Polsce. Sam upływ czasu będzie powodował wchodzenie nowych pokoleń w wiek aktywności społeczno-ekonomicznej i zwiększał popyt na tego typu usługi. Młodzi ludzie z psychologicznego punktu widzenia szybciej adaptują nowe rozwiązania oraz nowe technologie<sup>108</sup>, dzięki czemu przyszłe pokolenia będą jeszcze szybciej rozpoczynały korzystanie z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy.

W celu dokładniejszego zbadania zależności pomiędzy poziomem korzystania z platform CE, a planowanym korzystaniem w przyszłości z usług ekonomii współpracy dokonano dodatkowej analizy. W tabeli 46 przedstawiono zestawienie planowanego korzystania użytkowników w ciągu najbliższego roku z usług ekonomii współpracy ze względu na liczbę wykorzystywanych platform. Charakterystyczna jest zależność, że im użytkownik korzystał z większej ilości serwisów ekonomii współpracy, tym zdecydowanie bardziej planuje z nich korzystać w przyszłości. Można stwierdzić, że im więcej użytkownicy korzystają z platform ekonomii współpracy tym bardziej rośnie ich motywacja do dalszego korzystania z tego rodzaju usług. Prawdopodobnie związane jest

---

<sup>108</sup> J. Harvey, A. Rogers, *Young People in Forensic Mental Health Settings: Psychological Thinking and Practice*, Palgrave Macmillan, 2015, str. 81.

Tabela 46. Planowanie korzystania z usług w modelu ekonomii współpracy

Q21. W jakim stopniu, w skali od 1 do 5 w ciągu najbliższego roku, planuje Pan/ Pani korzystać z poniższych usług z zakresu ekonomii współpracy (1 - zdecydowanie nie będę korzystał; 5 - zdecydowanie będę korzystał)	Użytkownicy tylko 1 usługi	Użytkownicy tylko 2 usług	Użytkownicy 3 i więcej usług
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	1,98	2,39	2,85
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	2,66	3,04	3,86
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl - nie wliczamy autostopu)	2,94	2,97	3,63
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	1,71	2,09	2,61
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	2,43	2,73	3,15
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	2,65	2,93	3,25
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	1,75	2,20	2,82
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	2,06	2,26	2,62
Sprzedż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,16	3,14	3,61

Źródło: Opracowanie własne.

to z wyższą świadomością o dostępności nowych usług oraz chęci spróbowania nowych usług z sektora funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy. Możliwe jest też,

że przeważają korzyści ekonomiczne, a przy kolejnych usługach maleją obawy co do ich jakości.

Tak zwani zaawansowani użytkownicy (z ang. heavy users), którzy korzystają z trzech i więcej usług w zdecydowanie większym stopniu planują korzystanie z platform ekonomii współpracy w porównaniu do zwykłych użytkowników (jedna lub dwie usługi CE). Dokonano porównania różnic w deklarowanym planowaniu korzystania z platform ekonomii współpracy w Polsce wśród różnego rodzaju użytkowników. Największe różnice w planowanym korzystaniu pomiędzy zwykłymi oraz zaawansowanymi użytkownikami występują w następujących obszarach:

- współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo),
- biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link),
- udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów),
- współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go).

Jak wynika z tabeli 46 największym potencjałem rozwoju w przyszłości charakteryzują się następujące obszary collaborative economy w Polsce:

- 1) sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów),
- 2) świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających),
- 3) współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo),
- 4) wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu).

W wyżej wymienionych obszarach planowana przyszła aktywność ankietowanych jest na najwyższym poziomie. Najmniejszym potencjałem rozwoju natomiast charakteryzują się następujące obszary:

- 1) udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów),
- 2) współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go),

- 3) współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl).

Może to być pierwszą oznaką nasycenia rynku w powyższych branżach i prawdopodobnie, aby umożliwić dalszy rozwój niezbędne będą modyfikacje oferty ww. podmiotów. W każdej kategorii intensywni użytkownicy (z ang. heavy users) charakteryzują się wyższym poziomem przyszłego planowania korzystania z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce. Z perspektywy rozwoju collaborative economy w Polsce warto zwrócić szczególną uwagę właśnie na tę grupę docelową, ponieważ posiada ona również potencjał do propagowania tego rodzaju usług wśród swoich znajomych.

## 7.2. Zestawienie postaw badanych wobec zmian wynikających z ekonomii współpracy

W przeprowadzonym badaniu ankietowym zadano trzy pytania (Q22, Q23 oraz Q24) w postaci zdań twierdzących na temat ekonomii współpracy. Każda z trzech grup ankietowanych (użytkownicy, świadomi ekonomii współpracy oraz nieświadomi) otrzymali inne zestawy pytań. Największa pula pytań była skierowana do użytkowników, a najmniejsza do nieświadomych platform CE. Pytania dotyczyły różnych aspektów związanych z korzystaniem i podejściem do zjawiska ekonomii współpracy oraz ze stosunkiem do przedmiotów i zaufaniem do innych osób. Wyniki średnie dla odpowiedzi na postawione pytania przedstawia tabela 47. Zdaniem z którymi najczęściej zgadzały się wszystkie trzy grupy ankietowanych są odpowiednio:

- 1) ogólnie rzecz biorąc, ekonomia współpracy jest zjawiskiem pozytywnym,
- 2) ekonomia współpracy wspiera budowanie więzi społecznych,
- 3) bardzo prawdopodobne, że w ciągu najbliższych dwóch lat będę korzystać z serwisów ekonomii współpracy,
- 4) kiedyś wyrzuciłem, dziś odsprzedaję lub oddaję,
- 5) postęp to nie efekt zwiększenia konsumpcji, lecz poprawy jej jakości.

Analizując stwierdzenia z którymi najczęściej zgadzali się respondenci można stwierdzić, że zarówno dla użytkowników oraz nie użytkowników ekonomia współpracy



Tabela 47. Stosunek do stwierdzeń związanych z ekonomią współpracy

Q22. Q23. Q24. Proszę określić swój stosunek do poniższych stwierdzeń używając skali od 1 - 5 (1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 5 - zgadzam się zdecydowanie)	Użytkownicy platform ekonomii współpracy	Świadomi platform ekonomii współpracy	Nieświadomi platform ekonomii współpracy
System wzajemnych ocen użytkowników w serwisie ekonomii współpracy jest ważniejszy od regulacji prawnych	3,08	nie dotyczy	nie dotyczy
Skorzystanie z serwisu ekonomii współpracy musiałaby zarekomendować mi osoba, której ufam	3,47	nie dotyczy	nie dotyczy
Pożyczanie jest tańsze niż kupowanie	3,52	3,34	2,54
Posiadanie wielu rzeczy jest obciążeniem	3,14	2,96	2,60
Dzięki ekonomii współpracy stać mnie na więcej	3,42	nie dotyczy	nie dotyczy
Ekonomia współpracy wspiera budowanie więzi społecznych	3,75	3,56	nie dotyczy
Korzystanie z serwisów ekonomii współpracy jest fajniejsze niż kontakt z tradycyjnymi firmami	3,25	nie dotyczy	nie dotyczy
Ogólnie rzecz biorąc, ekonomia współpracy jest zjawiskiem pozytywnym	3,85	3,73	nie dotyczy
Bardzo prawdopodobne, że w przeciągu najbliższych dwóch lat będę korzystać z serwisów ekonomii współpracy	3,67	3,23	nie dotyczy
Kiedyś wyrzucałem, dziś odsprzedaję lub oddaję	3,64	3,40	2,91
Dostęp do rzeczy jest ważniejszy niż ich posiadanie	3,56	3,30	2,78
Ekonomia współpracy stanowi zagrożenie dla miejsc pracy	2,47	2,29	nie dotyczy
Postęp to nie efekt zwiększenia konsumpcji, lecz poprawy jej jakości	3,63	3,59	3,10
Doskonale mogę się obyć bez większości posiadanych rzeczy	3,20	3,04	2,92
Szanuję/podziwiam osoby, które dążą do ograniczenia konsumpcji	3,46	3,29	2,94
Wolę wypożyczać lub wynajmować większość rzeczy niż je posiadać	2,75	2,37	2,16
Myślę, że w internecie mogę zawsze znaleźć kogoś kto będzie gotów wypożyczyć lub wynająć dowolną rzecz	3,22	2,85	2,22

Źródło: Opracowanie własne.

jest zjawiskiem pozytywnym. Sugeruje to, że w przyszłości tego rodzaju usługi mogą się rozwijać i będzie z nich korzystało coraz więcej osób. Może to świadczyć o realnej

alternatywie dla usług świadczonych w tradycyjnych modelach biznesowych.

Drugim najczęściej afirmowanym zdaniem przez użytkowników jest wspieranie budowania więzi społecznych. W kontekście zaufania społecznego w Polsce ekonomia współpracy może przyczynić się do tworzenia społeczeństwa obywatelskiego i zwiększenia zaufania społecznego do nieznanym osobom. Trzecia najczęściej afirmowana formuła to „bardzo prawdopodobne, że w ciągu najbliższych dwóch lat będę korzystać z serwisów ekonomii współpracy”. Świadczy jednoznacznie o potencjalnie jaki znajduje się w nowych modelach biznesowych ekonomii współpracy. Użytkownicy conajmniej jednej z usług CE zdecydowanie twierdzą, że będą z nich korzystali w przyszłości.

Ankietowani najmniej zgadzali się z następującymi zdaniami:

- 1) ekonomia współpracy stanowi zagrożenie dla miejsc pracy,
- 2) wolę wypożyczać lub wynajmować większość rzeczy niż je posiadać,
- 3) system wzajemnych ocen użytkowników w serwisie ekonomii współpracy jest ważniejszy od regulacji prawnych,
- 4) posiadanie wielu rzeczy jest obciążeniem.

Z odpowiedzi ankietowanych wynika, że postrzegają ekonomię współpracy jako szansę, a nie zagrożenie dla miejsc pracy. Bardzo wyraźny jest też trend konsumpcjonizmu w udzielanych odpowiedziach. Najmniej osób zgodziło się ze zdaniami dotyczącymi wynajmowania, większości rzeczy zamiast ich posiadania. Świadczy to o tym, że polskie społeczeństwo, wciąż gromadzi dobra budując swój majątek oraz nie odczuwa obciążenia z tytułu posiadania zbyt dużej ilości rzeczy.

Wszystkie platformy ekonomii współpracy posiadają systemy ocen oraz reputacji. Są to systemy, które przyczyniają się do szybkiej eliminacji nieprawidłowości z danych platform. Dzięki zbieraniu informacji zwrotnej od użytkowników oraz dostawców usług na platformach CE zwiększa się bezpieczeństwo oraz jakość świadczonych usług. Jedną z najmniejszych średnich odpowiedzi użytkowników charakteryzuje się zdanie „system wzajemnych ocen użytkowników w serwisie ekonomii współpracy jest ważniejszy od regulacji prawnych”. Świadczyć to może o potrzebie regulacji niektórych obszarów ekonomii współpracy w Polsce. Automatyczne systemy

wzajemnych ocen użytkowników są ważne, ale nie zastąpią one niezbędnych regulacji prawnych.

Istotą ekonomii współpracy jest wzajemna wymiana dóbr i usług za pośrednictwem technologii (platform collaborative economy). Technologia, czyli platforma oraz dostęp do internetu jest warunkiem koniecznym. Analizując wyniki odpowiedzi badanych przedstawione w tabeli 47 można stwierdzić, iż respondenci pozytywnie postrzegają zjawisko ekonomii współpracy. Prezentują postawy proaktywne oraz wskazują najważniejsze dla nich korzyści płynące z korzystania z platform CE. Pozytywny jest fakt, że badani wskazują również na wspieranie budowania więzi społecznych dzięki korzystaniu z ekonomii współpracy. W Polsce podobnie jak w innych byłych krajach Związku Radzieckiego więzi społeczne oraz zaufanie społeczne są na niskim poziomie. Warto pamiętać o tak pozytywnym wpływie collaborative economy na budowanie społecznego kapitału i zaufania w Polsce.

### 7.3. Ocena doświadczeń z korzystania z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce

Na podstawie ocen zachowania użytkowników oraz potencjału rozwoju platform ekonomii współpracy można stwierdzić, że duże znaczenie ma ocena dotychczasowych doświadczeń z korzystania poszczególnych usług. W podrozdziale 7.3. dokonano analizy odpowiedzi związanych z poziomem satysfakcji użytkowników CE. W tabeli 48 przedstawiono średnią wartość odpowiedzi z podziałem na kobiety oraz mężczyzn. Wszystkie usługi charakteryzują się przewagą pozytywnych ocen użytkowników. Usługi z których użytkownicy są najbardziej zadowoleni to kolejno:

- 1) sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów),
- 2) współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo),
- 3) wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu),
- 4) współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go).

Tabela 48. Ocena doświadczeń na platformach ekonomii współpracy

Q26. Jak ocenia Pan/Pani, w skali od 1-5, swoje doświadczenie związane z tą aktywnością? (1 - zdecydowanie negatywnie; 5 - zdecydowanie pozytywnie)	Kobiety wartość średnia	Mężczyźni wartość śre dnia	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,96	3,78	3,84
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	3,99	3,95	3,97
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedzabioire.pl - nie wliczamy autostopu)	4,03	3,85	3,93
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,73	3,64	3,70
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,85	3,52	3,66
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,91	3,78	3,83
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,71	3,22	3,44
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	4,00	3,64	3,75
Sprzedż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	4,31	4,06	4,17

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując różnice w ocenie usług przez kobiety i mężczyzn można zauważyć, że kobiety średnio bardziej pozytywnie oceniają wszystkie usługi collaborative economy w Polsce. Kobiety największe różnice w percepcji zadowolenia ze swoich doświadczeń wykazują w coworkingu, crowdfundingu oraz edukacji.

Analizując wyniki przedstawione w tabeli 48 można stwierdzić, że w każdym obszarze ekonomii współpracy przeważają doświadczenia pozytywne. Może to wpłynąć na wzrost popularności wszystkich obszarów CE w przyszłości – użytkownicy, którzy mają pozytywne doświadczenia są powracającymi klientami i będą w przyszłości ponownie korzystać z usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy.

#### 7.4. Skłonność do poleceń usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy w Polsce

Rekomendacje oraz polecenia dóbr i usług są jedną z najbardziej efektywnych metod zwiększania liczby klientów. Wysoka skuteczność rekomendacji udzielanych przez znajome osoby wynika z zaufania jakim są obdarzone oraz lepszej znajomości i dopasowaniu potrzeb danej osoby. Skłonność do poleceń usług (z podziałem na kobiety i mężczyzn) w modelu CE została przedstawiona w tabeli 49. Ankietowani najczęściej są skłonni do polecenia następujących usług:

- 1) sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów),
- 2) współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo),
- 3) wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadzabiore.pl - nie wliczamy autostopu).

Z przeprowadzonej analizy wynika, że kobiety są statystycznie bardziej skłonne polecić swojemu znajomemu każdą z usług ekonomii współpracy. Największe różnice występują w przypadku następujących usług: coworking, edukacja oraz bezpośrednia sprzedaż produktów od rolników.

Z tabeli 49 wynika, iż usługi ekonomii współpracy we wszystkich obszarach są chętnie polecane przez użytkowników. Zestawiając pozytywne doświadczenia z korzystania z platform CE oraz jeszcze większą skłonność do poleceń usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy, można stwierdzić, że w przyszłości platformy CE będą rozwijały się szybciej niż do tej pory. Pozytywne rekomendacje dotychczasowych użytkowników wpłyną prawdopodobnie na przełamanie bariery

Tabela 49. Skłonność do poleceń usług w modelu ekonomii współpracy

Q27. W jakim stopniu jest Pan skłonny/Pani skłonna polecić swojemu znajomemu poniższe usługi z zakresu ekonomii współpracy? (1 - zdecydowanie nie polecę, 5 - zdecydowanie polecę)	Kobiety wartość średnia	Mężczyźni wartość średnia	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	4,00	3,80	3,88
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	4,27	4,19	4,22
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedziore.pl - nie wliczamy autostopu)	4,26	4,13	4,19
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	4,02	3,82	3,95
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	4,00	3,53	3,73
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,82	3,81	3,82
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	4,14	3,56	3,81
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	4,13	3,95	4,00
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	4,46	4,19	4,31

Źródło: Opracowanie własne.

pierwszego skorzystania z CE przez osoby, które do tej pory nie słyszały lub nie zdecydowały się, z różnych powodów na skorzystanie z platform ekonomii współpracy w Polsce.

## 7.5. Wpływ rekomendacji w serwisach świadczących usługi w modelu ekonomii współpracy w Polsce

Wpływ rekomendacji oraz opinii innych użytkowników w ekonomii współpracy ma szczególne znaczenie. Wewnętrzne systemy ocen innych użytkowników oraz ich reputacji spełniają kilka ważnych ról w funkcjonowaniu całych systemów. Przede wszystkim eliminują one nieprawidłowości już przy pierwszych próbach wyłudzeń lub oszustw. Opinie innych użytkowników wpływają bezpośrednio na wzrost poziomu bezpieczeństwa świadczonych dóbr i usług. Z drugiej strony strona podaźowa, mając świadomość bycia ocenianym przez klientów stara się bardziej i nieustannie podnosi jakość świadczonych przez siebie usług. Zestawienie brania pod uwagę rekomendacji w serwisach ekonomii współpracy w wyborze i korzystaniu z usługi przedstawiono w tabeli 50.

Rekomendacje mają największe znaczenie w następujących rodzajach usług:

- 1) wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedabiore.pl - nie wliczamy autostopu),
- 2) udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów),
- 3) sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów).

Na pierwszym miejscu znalazły się wspólne przejazdy między miastami, prawdopodobnie najważniejszym powodem brania pod uwagę rekomendacji w przypadku tego typu usług jest bezpieczeństwo podróży. Decydując się na przejazd dłuższą trasą (średnia długość przejazdów w BlaBlaCar to 290 km<sup>109</sup>) z nieznaną osobą użytkownicy chcą sprawdzić opinie innych osób, które wcześniej podróżowały z danym kierowcą. Bardzo podobnie wygląda sytuacja w drugiej kategorii - wynajmowaniu mieszkań, np.: Airbnb, Couchsurfing. Decydując się spędzić nocleg w nowym nieznanym miejscu, użytkownicy czują potrzebę weryfikacji danej oferty

---

<sup>109</sup> Dane podane przez pracowników firmy BlaBlaCar.

poprzez zapoznanie się z opiniami i doświadczeniami osób, które skorzystały z usługi wcześniej.

Tabela 50. Rekomendacje w platformach ekonomii współpracy

Q25. W jakim stopniu bierze Pan/Pani pod uwagę rekomendacje w serwisach ekonomii współpracy z których korzystasz? (1 - w ogóle nie biorę pod uwagę 5 - mają decydujący wpływ na moją decyzję)	Kobiety wartość średnia	Mężczyźni wartość średnia	Użytkownicy wartość średnia
Współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go)	3,54	3,45	3,48
Współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo)	2,92	3,02	2,98
Wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jadedziore.pl - nie wliczamy autostopu)	4,09	3,65	3,84
Udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing - nie wliczamy pensjonatów)	3,80	3,79	3,79
Kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare)	3,33	3,12	3,21
Świadczenie usług przez prywatne osoby (np. TakeTask, Freelancer.com - nie dotyczy tablic ogłoszeń ani portali oceniających)	3,71	3,67	3,68
Biura wspólnej pracy - coworkingowe (np. MyMeetingRoom, Business Link)	3,57	3,44	3,50
Współfinansowanie projektów i pożyczki od osób prywatnych (np. Kickstarter, PolakPotrafi.pl, Kokos.pl)	3,50	3,61	3,58
Sprzedaż produktów spożywczych bezpośrednio od rolników (np. RanoZebrano.pl, LokalnyRolnik.pl, kooperatywy spożywcze - nie dotyczy bazarów)	3,98	3,61	3,77

Źródło: Opracowanie własne.



## 7.6. Zakończenie

Po przeprowadzeniu szczegółowej analizy wyników badania własnego oraz literatury przedmiotu brak jest podstaw do odrzucenia hipotezy:

Rozwój sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii współpracy, stanowi konkurencję dla dotychczasowych rozwiązań w obszarach swojego funkcjonowania.

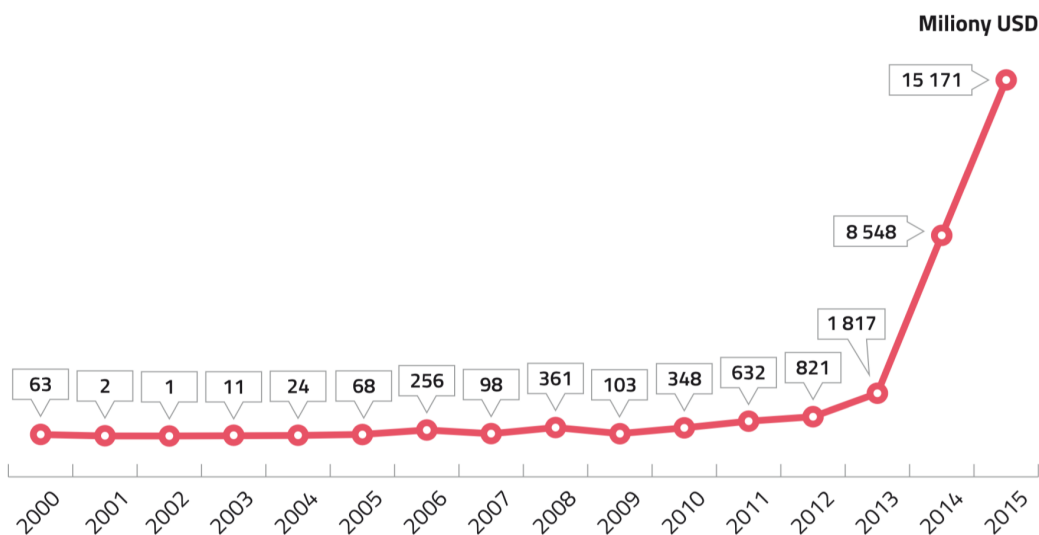
Przedsięwzięcia ekonomii współpracy stanowią obecnie realną alternatywę w wielu obszarach gospodarki w Polsce. Na świecie zaobserwowano znacząco większy wpływ nowych modeli biznesowych na dotychczasowe rozwiązania. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że w przyszłości platformy ekonomii współpracy będą coraz większą konkurencją dla obecnych rozwiązań. W celu monitorowania wpływu platform CE na tradycyjne modele biznesowe niezbędne jest przeprowadzenie dodatkowych badań lub prowadzenia statystyk.



## 8. Rozwój sektora ekonomii współpracy i najważniejsze uwarunkowania

### 8.1. Dynamika dotychczasowego rozwoju

Ekonomia współpracy rozwija się praktycznie w każdej gałęzi gospodarki tworząc często rozwiązania hybrydowe, których nie sposób umieścić w tradycyjnym modelu ekonomii. Z usług BlaBlaCar w Polsce od października 2012 roku do listopada 2016 roku skorzystało ponad 3 milionów użytkowników<sup>110</sup>, z usług Ubera od sierpnia 2014 roku do listopada 2016 roku skorzystało ponad 370 tysięcy użytkowników<sup>111</sup>, natomiast w kwietniu 2017 liczba użytkowników w Polsce przekroczyła 1 milion<sup>112</sup>. Tempo rozwoju przedsiębiorstw CE przyspiesza o czym świadczy nie tylko wykładniczo rosnąca liczba użytkowników platform (np. Uber - 41 tysięcy nowych użytkowników miesięcznie), ale również poziom inwestycji, który w ostatnich latach również rośnie wykładniczo - rysunek 23.



Rysunek 23. Wartość inwestycji w firmy ekonomii współpracy, stan na 2015 r. w mln USD.

Źródło: Crowd Companies.

<sup>110</sup> Dane przedstawione przez pracowników firmy BlaBlaCar.

<sup>111</sup> Dane przedstawione przez pracowników firmy Uber.

<sup>112</sup> [www.uber.com](http://www.uber.com) (odczyt 19.04.2017)

Powszechny dostęp do technologii informacyjnej sprawił, że poprzez platformy CE dostarcza się coraz więcej dóbr i usług. Penetracja smartfonów w Polsce w 2015 roku wynosiła 58%<sup>113</sup> i z roku na rok się zwiększa. Znacząco wpływa to na dostęp do usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy. Pięć głównych czynników, które przez ostatnie 10 lat wpłynęły na dynamiczny rozwój ekonomii współpracy w Polsce i na świecie to:

- powszechny dostęp do technologii - głównie internetu oraz rozwój smartfonów po 2007 roku - pojawienie się pierwszego iPhone'a,
- postępująca urbanizacja - w 2006 roku zrównała się liczba ludzi mieszkających w miastach oraz na wsiach, do 2020 roku 57% ludności będzie mieszkało w miastach, a Organizacja Narodów Zjednoczonych estymuje 70% do 2100 roku<sup>114</sup>,
- rozwój mediów społecznościowych - dzięki ich funkcjonalnościom ludzie nauczyli się szybkiej i efektywnej komunikacji między sobą za pomocą internetu, a później smartfonów,
- kryzys ekonomiczny z 2008 roku, spowodował, iż dochody konsumentów nie zwiększyły się i rozpoczęli oni poszukiwania bardziej efektywnych metod zaspokajania swoich potrzeb,
- w 2015 roku generacja X stała się najliczniejszą i najważniejszą z punktu widzenia siły nabywczej grupą w Stanach Zjednoczonych (podobnie jest w krajach europejskich)<sup>115</sup>.

## 8.2. Zagrożenia związane z monopolizacją

Rynek CE w Stanach Zjednoczonych jest dużo bardziej rozwinięty niż w Polsce. W USA zarejestrowanych jest większość światowych firm funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Z badań przeprowadzanych na amerykańskim rynku wynika, że platformy ekonomii współpracy dążą do szybkiej monopolizacji w swoich branżach.

---

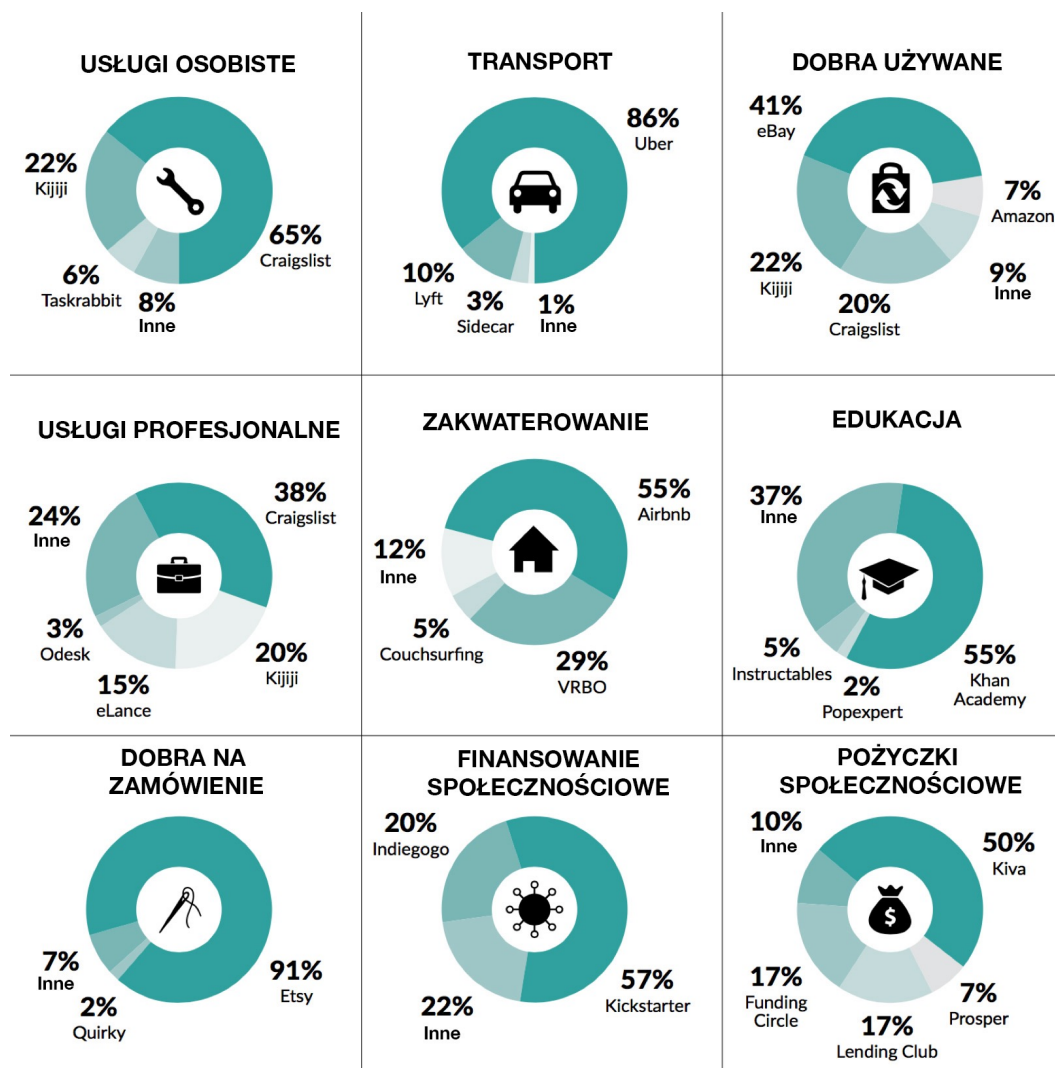
<sup>113</sup> Raport Polska jest Mobi, JestemMobi, 2015, str. 7.

<sup>114</sup> Raport United Nations: World Urbanization Prospects, New York, 2014, str. 7.

<sup>115</sup> Raport Millennials Goldman Sachs 2015 - [www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1](http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1)

Rysunek 24 przedstawia zestawienie najbardziej popularnych platform ekonomii współpracy w Stanach Zjednoczonych w 2015 roku. W badaniu wzięło udział ponad 50 tysięcy respondentów. W 6 z 9 prezentowanych obszarów CE największe platformy posiadają ponad 50% udziału w danym rynku. W transporcie Uber posiada 86% udziałów w rynku, jego największy konkurent Lyft jest ponad 8,5x mniejszy (10%), natomiast trzeci gracz - Sidecar to tylko 3%.

Analizując dane przedstawione na rysunku 24 można stwierdzić, że zjawisko monopolizacji występuje w każdym z obszarów CE. Ekonomia współpracy stanowi przykład zdigitalizowanego wolnego rynku, który w dłuższej perspektywie czasu dąży to monopolu. Prezentowane zjawisko może stanowić w przyszłości zagrożenie zarówno dla użytkowników jak i samych dostawców usług. Warto zastanowić się w jaki sposób



Rysunek 24. Najbardziej popularne serwisy collaborative economy w Stanach Zjednoczonych.

Źródło: J. Owyang, A. Samuel, The new rules of the collaborative economy, Visioncritical, 2015, str. 20.

można wyeliminować pojawiające się zagrożenie i jakie środki mogą zostać podjęte odpowiednio wcześniej, aby uniknąć sytuacji w której jedna platforma będzie zarządzała globalnie usługami w danym sektorze. Postępująca monopolizacja na rozwiniętych rynkach może sugerować, że również w Polsce platformy CE będą się rozwijały, a wraz z rozwojem dojdzie do konsolidacji przedsiębiorstw. W związku z wysoką skłonnością do poleceń oraz wysokim wskaźnikiem planowanego korzystania z usług świadczonych w modelu CE w przyszłości można stwierdzić, iż istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że polskie platformy ekonomii współpracy będą się rozwijały. Niezbędne są dalsze badania naukowe, aby lepiej zrozumieć prawidłowości rozwoju, konsolidacji oraz monopolizacji funkcjonujące na rynku collaborative economy.

### 8.3. Rozwój ekonomii współpracy w Polsce

W czasach pierwszej rewolucji przemysłowej Polska utraciła niepodległość - w latach 1772 oraz 1793 miały miejsce pierwszy i drugi rozbiór Polski. W czasach kiedy inne kraje miały szansę na rozwój dzięki maszynom parowym Polski nie było na mapie. Bardzo podobnie wyglądała sytuacja podczas drugiej rewolucji przemysłowej, której katalizatorem była elektryczność. W drugiej połowie XIX wieku Polska nadal znajdowała się pod zaborem Austrii, Prus i Rosji i cały czas mieszkańcy Polski szukali możliwości odzyskania niepodległości. Podczas 3 rewolucji przemysłowej (lata 70 XX wieku), której katalizatorem był krzem, półprzewodniki oraz komputery, w Polsce panował komunizm - po raz kolejny Polacy nie mogli wziąć udziału w ważnym technologicznym wydarzeniu ogólnoswiatowym. Na początku XXI wieku po raz pierwszy w historii świata Polacy mają szansę wziąć udział w rozpoczynającej się czwartej rewolucji przemysłowej. Polska jako kraj członkowski unii europejskiej - wolny, niepodległy i demokratyczny ma szansę skorzystać na nowej fali technologii, która rozprzestrzeniła się po świecie. Istnieje bardzo wiele przykładów, w których Polacy osiągają sukces, np.: ostatnie odkrycie metody produkcji mRNA w medycynie oraz produkcja grafenu w przemyśle. Zestawienie rewolucji przemysłowych zaprezentowano w tabeli 51.

Fuzja technologii to zbiór nowych technologii, które rozwijają się w wykładniczym tempie, m. in.: sztuczna inteligencja, robotyzacja, internet rzeczy,

Tabela 51. Zestawienie rewolucji przemysłowych

Rewolucja przemysłowa	Rok rozpoczęcia	Wynalazki na świecie	Sytuacja w Polsce
1	1784	Maszyna parowa	I (rok 1772) i II (rok 1793) rozbiór Polski
2	1870	Elektryczność	Polska pod zaborami
3	1969	Komputery	Komunizm
4	2011	Fuzja technologii	Polska jako wolny demokratyczny kraj

Źródło: Opracowanie własne.

samochody autonomiczne, druk 3D, nanotechnologie, biotechnologie, nowe materiały, przechowywanie energii, komputery kwantowe, drony, wirtualna rzeczywistość, wirtualni asystenci, machine learning, zaawansowane oprogramowania do inwestycji<sup>116</sup>.

Platformy CE to element czwartej rewolucji przemysłowej. Mają szansę stać się ważnym elementem polskiej gospodarki. Wiele z nowych technologii, które zapoczątkowały czwartą rewolucję przemysłową, umożliwiło dynamiczny rozwój platform ekonomii współpracy. Dzięki efektowi sieciowemu oraz bardziej efektywnemu wykorzystaniu dostępnych zasobów, korzyści płynące z platform CE znacząco podnoszą jakość życia ludzi oraz przyczyniają się do lepszej alokacji pracowników na rynku pracy. Przy takim samym poziomie zasobów, większa liczba osób może mieć do nich dostęp przy, jednocześnie, niższych kosztach. W historii ekonomii nigdy nie było takiej sytuacji, aby ludzie nie korzystali z dóbr i usług, które przynoszą większą wartość dodaną za mniejszą kwotę pieniędzy.

W czerwcu 2016 roku Komisja Europejska opublikowała Europejski program na rzecz collaborative economy<sup>117</sup>, w którym przedstawiła swoje stanowisko jako szansę i potencjał dla innowacyjnej gospodarki unii europejskiej. Komisja Europejska mając na uwadze istotne korzyści, jakie niosą ze sobą nowe modele biznesowe CE stwierdziła, że Europa powinna otworzyć się na nowe możliwości. UE powinna aktywnie wspierać wykorzystanie potencjału, jaki pod względem innowacyjności, konkurencyjności

<sup>116</sup> <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

<sup>117</sup> <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/3/translations/en/renditions/native>

i wzrostu stwarza ekonomia współpracy. UE w swoich wytycznych dla krajów członkowskich, przedsiębiorców oraz konsumentów zapewnia, że planuje wspierać rozwój platform collaborative economy.

Przygotowanie Europejskiego programu na rzecz collaborative economy było poprzedzone konsultacjami społecznymi w każdym z krajów członkowskich. W Polsce za konsultacje odpowiedzialne było Ministerstwo Rozwoju. Biorąc udział w polskich konsultacjach mogę stwierdzić, iż polski rząd podobnie jak UE dostrzega potencjał platform ekonomii współpracy i gotów jest aktywnie wspierać ich rozwój (w szczególności polskich firm CE).

Świadczenie usług za pomocą platform CE zwiększa płynność na rynku pracy w porównaniu do tradycyjnych modeli biznesowych. Osoby, które zamierzają podjąć się określonej pracy, mogą to zrobić bardziej elastycznie niż w przypadku dotychczasowych form zatrudnienia. Platformy ekonomii współpracy wpisują się również w trend pracy na własną działalność (freelance). Według raportu Intuit 2020 Report<sup>118</sup> ponad 40% wszystkich zatrudnionych do 2020 roku (obecnie 35%<sup>119</sup>) w Stanach Zjednoczonych będzie pracowało na kontraktach jako freelancerzy. Wyższy poziom płynności pracowników może wpłynąć na lepszą alokację ich umiejętności i bardziej efektywną pracę, która przyniesie większą wartość dodaną i przyczyni się do wzrostu PKB.

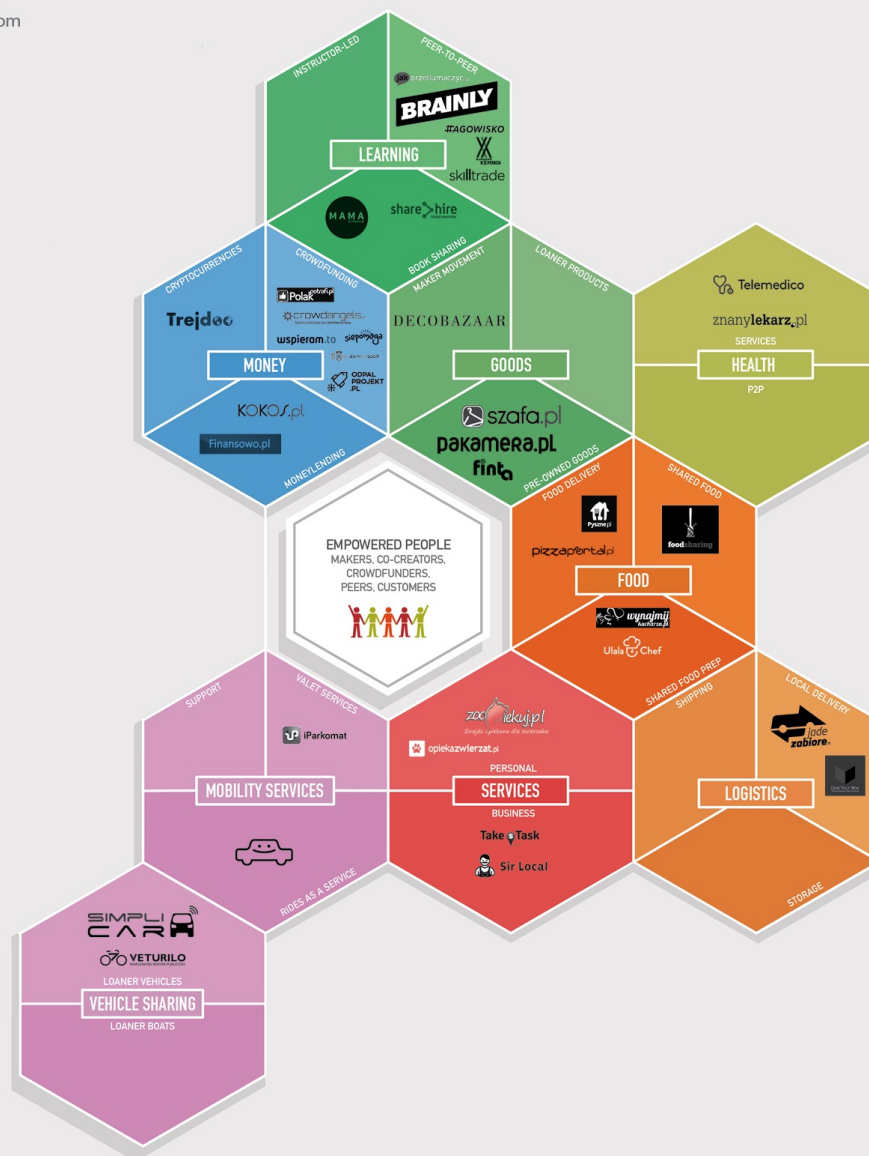
Niewątpliwą przewagą platform CE jest ich zdolność do ciągłej poprawy bezpieczeństwa oraz jakości świadczonych usług. Zdecydowana większość platform posiada wbudowane mechanizmy weryfikacji swoich użytkowników. Systemy reputacyjne przyjmują najczęściej formę wzajemnej oceny od 1 do 5 gwiazdek. Każda ze stron transakcji jest zobowiązana do oceny drugiej strony po zakończeniu usługi. W ten sposób bardzo sprawnie eliminowane są ryzyka oszustw i nadużyć, a nieuczciwe podmioty są wykluczane przy pierwszej sytuacji. Zjawisko można to określić zdolnością do samoregulacji, które jako system skutecznie eliminuje nieprawidłowości. Mechanizm pozytywnej selekcji systemów reputacyjnych przyczynia się do wzrostu uczciwość obu stron oraz stałej poprawy jakości świadczonych usług.

---

<sup>118</sup> Intuit, Intuit 2020 Report: Twenty Trends that will Reshape the Next Decade (2010)

<sup>119</sup> <https://blog.freelancersunion.org/2014/09/04/53million/>





Creative Commons license: Attribution-NonCommercial.



Rysunek 25. Polski plaster miodu collaborative economy 1.0.

Źródło: Opracowanie własne Łukasz Zgiep, Piotr Kowalski.

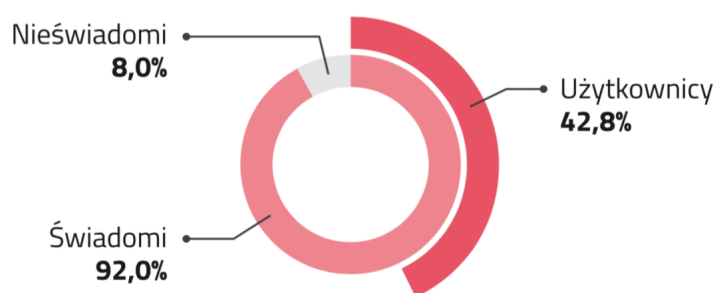
W 2016 roku przy współpracy z Piotrem Kowalskim z platformy Jadezabioire.pl opracowano pierwszy polski plaster miodu 1.0 (rysunek 25) na licencji od Jeremiaha Owyanga. Zawiera on 36 polskich przedsiębiorstw funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy. Spośród polskich firm CE szczególnie dynamicznie rozwijają się te działające w obszarze finansów. W ciągu ostatnich 5 lat powstało w Polsce ponad 10 platform do finansowania społecznościowego oraz ponad 10 platform do społecznościowej wymiany walut. Drugą dynamicznie rozwijającą się branżą w ramach

CE w Polsce jest transport. Zarówno transport oraz finanse należą również do najszybciej rozwijających się obszarów CE na świecie.

Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że rozpoznawalność oraz poziom korzystania z usług w modelu CE w Polsce są podobne jak w innych państwach rozwiniętych, np. Wielkiej Brytanii<sup>120</sup>, Stanach Zjednoczonych oraz Kanadzie<sup>121</sup>. 92% ankietowanych w Polsce zna co najmniej jedną z usług w modelu ekonomii współpracy.

Najbardziej rozpoznawalnymi usługami ekonomii współpracy są usługi transportowe. Na pierwszym miejscu znalazły się wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl) – 78,7%, na drugim współużytkowanie rowerów miejskich (np. Next Bike, Veturillo) – 60,7%, a na trzecim współużytkowanie samochodów w miastach (np. Uber, Car2go) – 43,4%. Ponad 40% rozpoznawalnością charakteryzują się usługi edukacyjne – kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare) – 42,5% oraz usługi hotelarskie – udostępnianie wspólnego mieszkania lub pokoju na wynajem krótkoterminowy (np. Airbnb, Couchsurfing) – 41,3%.

Ponad 42% badanych korzystało z przynajmniej jednej z usług CE (rysunek 26). Najbardziej popularne są wspólne przejazdy prywatnym samochodem między miastami (np. BlaBlaCar, jalezabiore.pl) - 20,5% badanych, współużytkowanie rowerów

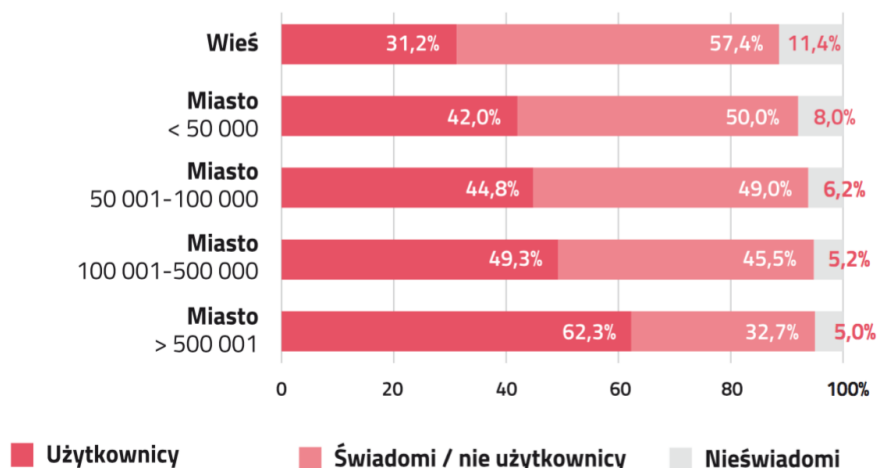


Rysunek 26. Procent użytkowników oraz świadomych ekonomii współpracy wśród badanych internautów w Polsce.

Źródło: Badanie własne na próbie n = 1406 osób.

<sup>120</sup> K. Stokes, E. Clarence, L. Anderson, A. Rinne, Making sense of the UK collaborative economy, 2014.

<sup>121</sup> J. Owyang, A. Samuel, The new rules of the collaborative economy, Visioncritical, 2015.



Rysunek 27. Użytkowanie i świadomość usług CE wg wielkości miejsca zamieszkania.

Źródło: Badanie własne na próbie n = 1406 osób.

miejskich (np. Next Bike, Veturillo) - 13,4% oraz kursy online (np. Khan Academy, Coursera, Udemy, Skillshare) - 10,3%.

W największych ośrodkach miejskich, większość badanych osób korzysta z platform ekonomii współpracy - 62,3%, natomiast w miastach średniej wielkości użytkownicy stanowią prawie połowę respondentów (49,3%). Świadczy to o dużej penetracji polskiego rynku badanych usług oraz o tym, że trend rozwoju CE w Polsce wchodzi w fazę dojrzałości (rysunek 27).

Zestawienie głównych korzyści płynących z korzystania z platform CE przedstawiono na rysunku 28. Korzyści podzielono na czynniki ekonomiczne, ekologiczne oraz społeczne. Najczęściej wskazywano na korzyści ekonomiczne, na drugim miejscu znalazły się korzyści ekologiczne, a na ostatnim społeczne (tabela 52).

Biorąc pod uwagę:

- fakt, iż czwarta rewolucja przemysłowa jest pierwszą rewolucją w historii świata, w której Polska bierze udział,
- wsparcie Unii Europejskiej dla rozwoju przedsiębiorstw CE,
- wykładniczy wzrost liczby użytkowników platform ekonomii współpracy,
- wsparcie polskiego rządu dla rozwoju CE,



Rysunek 28. Korzyści użytkowników platform ekonomii współpracy w Polsce.

Źródło: Badanie własne na próbie n = 1406 osób.

- tempo powstawania nowych platform i modeli biznesowych w Polsce i na świecie,
- liczne korzyści dla użytkowników,
- korzyści dla dostawców usług w modelu CE,
- bardziej efektywne wykorzystanie dostępnych zasobów,
- lepsze zaspokajanie potrzeb konsumentów,
- poprawę jakości życia osób korzystających z platform CE,

można stwierdzić, że collaborative economy to ogromna szansa dla polskiej i europejskiej gospodarki, szczególnie w czasach czwartej rewolucji przemysłowej, której jesteśmy świadkami. Unia Europejska oraz Ministerstwo Rozwoju RP<sup>122</sup> zdają sobie sprawę z ogromnego potencjału jaki posiadają platformy ekonomii współpracy. Obie

Tabela 52. Grupy korzyści użytkowników platform CE w Polsce

Grupa czynników	Średnia wartość odpowiedzi w skali 1-5
Ekonomiczne	4,03
Ekologiczne	3,77
Spoleczne	3,55

Źródło: Badanie własne na próbie n = 1406 osób.

<sup>122</sup> Wytyczne dla wspierania rozwoju collaborative economy w Polsce i UE przygotowane w 2016 roku przez KE oraz Ministerstwo Rozwoju RP. [https://www.mr.gov.pl/media/27643/Przedsiębiorczosc\\_w\\_Polsce.pdf](https://www.mr.gov.pl/media/27643/Przedsiębiorczosc_w_Polsce.pdf)

instytucje uwzględniają wsparcie rozwoju collaborative economy w perspektywie 2020 roku oraz stale badają jej wpływ na gospodarkę. Bardzo wiele zależy od regulacji, które zostaną wprowadzone w tym obszarze zarówno na szczeblu krajowym oraz unijnym. Polski regulator ma szansę wesprzeć rozwój rodzimych przedsiębiorstw CE.

Poddając analizie pełną perspektywę ekonomii współpracy w Polsce, Europie i na świecie można stwierdzić, że platformy CE wpływają pozytywnie na rozwój gospodarczy. Przyczyniają się przede wszystkim do poprawy efektywności dostępnych na rynku zasobów, lepszej alokacji środków oraz większej wydajności pracy, która może przełożyć się na wzrost PKB. Warto pamiętać o zagrożeniach związanych z monopolizacją rynków, która na platformach cyfrowych zachodzi dużo szybciej niż na tradycyjnym rynku.

Na podstawie analizy w niniejszej rozprawie, można stwierdzić, że zjawisko ekonomii współpracy będzie zyskiwało na znaczeniu. Jest to pierwsza tego typu rozprawa doktorska, która w kompleksowy sposób przedstawia zjawisko ekonomii współpracy. Jako pierwsze opracowanie w tej dziedzinie prawdopodobnie będzie stanowić punkt odniesienia dla przyszłych badaczy oraz przedsiębiorców planujących rozwój nowych modeli biznesowych. Niewątpliwie lepsze zrozumienie mechanizmów wpływających na ekonomię współpracy wymaga dalszych badań oraz pogłębienia istniejących wyników.



## 9. Podsumowanie

W pracy podjęto tematykę uwarunkowań rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy. Sektor gospodarki bazujący na współdzieleniu zasobów i współpracy w ich wykorzystywaniu, a jednocześnie na nowoczesnych technologiach informacyjnych jest bardzo młody i dopiero się rozwija. Na świecie główne podmioty zaliczane do tego sektora powstały po 2007 roku i wciąż nie można zaliczyć tych biznesów do ustabilizowanych. W Polsce działalność taka pojawiła się kilka lat później. Można powiedzieć, że w momencie rozpoczynania pracy nad niniejszą rozprawą omawiane zjawisko było na polskim rynku całkowicie nowe.

Ekonomia współpracy, chociaż można ją zaliczyć do nowych zjawisk ekonomicznych nie tylko na polskim, ale też na światowym rynku, funkcjonuje w dużej mierze w oparciu o znane i opisane w różnych teoriach ekonomicznych zasady. Powstanie i rozwój sektora można by opisać zgodnie z teorią niszy rynkowej, a zachowania nabywców – konsumentów produktów sektora ekonomii współpracy dobrze opisuje tradycyjna teoria wyboru konsumenta. Nowością jest konieczność uwzględniania pozycji konsumentów będących jednocześnie producentami lub właścicielami udostępnianych zasobów lub udostępnianej informacji. To właśnie możliwość szybkiego udostępniania zasobów, bez konieczności osobistego kontaktu, a także udostępnianie informacji o produktach i usługach jest jednym z wyznaczników rozwoju ekonomii współpracy. Możliwość i skłonność do polecenia danego produktu lub usługi w sieci internetowej staje się wyznacznikiem oceny i wyceny samego miejsca, usługi, czy produktu.

W związku z przedstawionymi, nowymi aspektami oceny sektora, w pracy podjęto się identyfikacji, na ile upowszechniona jest wiedza o funkcjonowaniu nowego sektora wśród konsumentów, jakie są kryteria wyboru oraz jakie są czynniki determinujące korzystanie konsumentów z oferty przedsiębiorstw funkcjonujących według modelu ekonomii współpracy w Polsce.

Badania ankietowe przeprowadzono w 2016 roku na próbie ponad 1500 respondentów w całej Polsce, wykorzystano także dane wtórne o stanie i perspektywach rozwoju sektora. Pewną trudnością było to, że nie wszystkie zjawiska, ze względu na

początkową fazę rozwoju, udało się zaobserwować w Polsce. Odnośnie perspektyw i kierunku rozwoju wykorzystano więc dane pochodzące z innych krajów, zakładając pewne analogie rozwojowe.

W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, że zjawisko collaborative economy znajduje się początkowej fazie rozwoju w Polsce. Światowe trendy oraz deklaracje polskich użytkowników świadczą o potencjale rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce.

Najważniejszymi obszarami ekonomii współpracy w Polsce (podobnie jak na świecie) są transport, zakwaterowanie oraz finanse. To właśnie w tych sektorach zostały poczynione największe inwestycje, które przełożyły się na największy odsetek użytkowników i szeroką ofertę usług. Modele biznesowe collaborative economy przyczyniają się do bardziej efektywnego wykorzystania dostępnych zasobów. Wydaje się, że właśnie w obszarach transportu, zakwaterowania oraz finansów, dzięki technologiom informacyjnym i komunikacyjnym (ICT) zostały odblokowane największe pokłady zasobów materialnych, które przed pojawieniem się collaborative economy były niewykorzystywane. Mieszkanie, które zostawiamy puste wyjeżdżając na weekend poza miasto, może zostać wykorzystane przez gości odwiedzających nasze miasto i generować przychód. Samochód, który, według badań, przez ponad 90% czasu nie jest wykorzystywany, może zostać udostępniony na platformie collaborative economy i generować przychód. To tylko nieliczne przykłady, które mają swoje odzwierciedlenie w coraz większej liczbie sektorów gospodarki współpracy.

Wyniki badań przeprowadzonych w Polsce i na świecie wskazują na podobny poziom rozpoznawalności usług świadczonych w modelu ekonomii współpracy. 92% badanych zna co najmniej jedną z usług collaborative economy w Polsce, a ponad 42% już korzystało z takich usług. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w największych ośrodkach miejskich, większość badanych osób korzysta z platform ekonomii współpracy - 62,3%. Może to świadczyć o tym, że polski rynek badanych usług oraz sam trend rozwoju CE w Polsce przechodzi w fazę dojrzałości.

Dzięki przeprowadzonym badaniom określono najważniejsze korzyści dla konsumentów w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym wynikających z funkcjonowania i rozwoju sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii



współpracy. Respondenci zostali poproszeni o określenie bezpośrednich korzyści oraz wskazanie z jakiego powodu zaczęli korzystać z tego rodzaju usług. Największe znaczenie mają czynniki ekonomiczne, następnie ekologiczne, najmniejsze społeczne. Użytkownicy wskazywali w pierwszej kolejności jako ważne takie aspekty, jak oszczędność pieniędzy, możliwość zarobienia, a dopiero na dalszych pozycjach czynniki ekologiczne (lepsze wykorzystanie zasobów, ochrona środowiska) lub społeczne (chęć pomocy innym, poczucie bycia wartościowym członkiem społeczności). Tak więc, mimo że przyczyny o charakterze prośrodowiskowym lub społecznym były wskazywane jako ważne, dominowały przyczyny ekonomiczne. Jest to zachowanie zgodne z opisywanym w teorii wyboru konsumenta, który ocenia korzystność zakupu i dokonuje racjonalnego wyboru. Ustalenie przedstawione powyżej jest podstawą do stwierdzenia, że pozytywnie została zweryfikowana pierwsza hipoteza, mówiąca o tym, że najważniejszym czynnikiem rozwoju sektora są korzyści ekonomiczne uzyskiwane przez konsumentów.

W Polsce dostęp do Internetu ma większość mieszkańców, ale nie wszyscy jednakowo korzystają z tej, relatywnie nowej, technologii. Z badań CBOS i GUS wynika, że często i aktywnie z Internetu korzystają przede wszystkim osoby do 35 roku życia (ponad 94%) . Znacznie niższy odsetek internautów obserwowany był wśród osób w wieku 35-44 lata (83%), a także wśród osób starszych (tylko 43% osób w wieku 55-64 lata korzysta z internetu). Dostęp do internetowego kanału komunikacji jest wskazywany jako jeden z czynników rozwoju ekonomii współpracy. Założono więc, że zróżnicowanie biegłości w posługiwaniu się internetowym kanałem komunikacji w zależności od wieku może być przyczyną różnego korzystania z oferty ekonomii współpracy. Mając na uwadze, że sektor ten na świecie rozwija się najszybciej w ośrodkach o dużym skupieniu ludności, a także to, że świadomość społecznych i ekologicznych aspektów ekonomii współpracy może wynikać z wykształcenia w badaniach uwzględniono także te cechy respondentów.

Na podstawie wyników analizy z uwzględnieniem następujących cech demograficznych: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie stwierdzono, że największy wpływ na poziom korzystania z oferty podmiotów funkcjonujących w modelu ekonomii współpracy ma wiek. Hipoteza druga została zweryfikowana

pozytywnie. Ludzie młodzi prawdopodobnie dzięki lepszej znajomości technologii ICT korzystają z większej liczby usług świadczonych w modelu collaborative economy oraz robią to znacznie częściej, niż osoby starsze. Zależność taką obserwowano w przypadku korzystania z usług firm sektora ekonomii współpracy – osoby w wieku do 25 lat w ponad 50% korzystały z jakiegoś produktu, a w przypadku osób w wieku powyżej 35 lat było to nie więcej niż 39%. Dodatkowo potwierdzały ją wyniki oceny intensywności korzystania z oferty sektora ekonomii współpracy. Osoby w wieku do 25 lat w 52% korzystały z dwóch lub więcej usług, a wśród osób starszych było to mniej niż 30% i wartość ta zmniejszała się w każdej kolejnej grupie wiekowej.

Kolejną cechą demograficzną wpływającą na poziom korzystania z usług CE jest miejsce zamieszkania. Wiele z usług szczególnie w transporcie dostępnych jest bowiem tylko w miastach. Wynika z tego, że opisywany model funkcjonowania ma możliwości upowszechnienia w obszarach o dużym zagęszczeniu ludności. Liczba potencjalnych nabywców oferowanych dóbr i usług na obszarach wiejskich jest zbyt niska, aby firma działająca w modelu opartym na ekonomii współpracy mogła utrzymać ekonomiczną żywotność. Największe szanse rozwoju firm działających w obszarze ekonomii współpracy są w ośrodkach z liczbą mieszkańców przekraczającą 500 tysięcy. Ta konkluzja jest wzmocniana także tym, że obserwowany odsetek internautów znacząco rośnie wraz ze zwiększaniem się wielkości miejscowości zamieszkania.

Ostatnie dwie cechy demograficzne opisujące konsumentów, kolejno: wykształcenie oraz płeć miały mniejszy wpływ na poziom korzystania z CE. W zasadzie płeć badanych różnicowała tylko rodzaj serwisów ekonomii współpracy, a nie częstość korzystania z oferty.

Najważniejsze bariery, które znacząco wpływają na rozwój ekonomii współpracy to brak dostępu do technologii informatycznych ICT oraz opór przed zmianami. Firmy świadczące usługi w modelu collaborative economy zdają sobie z tego sprawę i uwzględniają te zagadnienia w strategiach rozwoju. Dostęp do technologii stale się zwiększa, a obecni użytkownicy platform ekonomii współpracy w Polsce deklarują chęć częstszego korzystania z nich w przyszłości oraz są bardzo skłonni do poleceń tych usług innym osobom. Można przypuszczać, że dzięki temu platformy collaborative economy w Polsce będą się rozwijać. Na obecnym etapie rozwoju sektora ekonomii współpracy w

Polsce nie można jednoznacznie stwierdzić jak dużą konkurencję stanowią te nowe modele biznesowe dla dotychczasowych rozwiązań w obszarach swojego funkcjonowania. Jak wynika z badań na rynkach bardziej dojrzałych niż Polska, platformy ekonomii współpracy przyczyniają się również do zwiększenia rozmiaru rynku, niekoniecznie wchodząc w kolizję z dotychczasowymi usługami. Biorąc pod uwagę to, że usługi świadczone w modelu ekonomii współpracy często są bardziej konkurencyjne cenowo, można przypuszczać, że w przyszłości będą one stanowiły coraz większą konkurencję dla do tradycyjnych modeli biznesowych. Modele collaborative economy stanowią konkurencję w sposób pośredni - trudno jest określić poziom tej konkurencji. Usługi świadczone w modelu collaborative economy są tańsze i często bardziej efektywne dlatego stanowią zagrożenie dla dotychczasowych modeli biznesowych. Niezbędne są dalsze badania w celu określenia wpływu rozwoju sektora gospodarki funkcjonującego według modelu ekonomii współpracy w Polsce na istniejące rozwiązania w poszczególnych obszarach funkcjonowania.

Rozwój ekonomii współpracy w niektórych krajach prowadzi do pewnych zakłóceń w gospodarce, ponieważ nie zawsze jest w pełni uregulowany lub nie jest nadzorowany przez regulatora rynku. Kraje takie jak Wielka Brytania oraz Stany Zjednoczone odpowiednio wcześniej wprowadziły regulacje sprzyjające rozwojowi nowych modeli collaborative economy i prawdopodobnie dzięki temu przyczyniły się do dynamicznego rozwoju tego typu przedsiębiorstw na swoim terenie. Spowodowało to napływ kapitału inwestycyjnego w najważniejszych obszarach ekonomii współpracy na świecie. Optymistycznie dla rozwoju ekonomii współpracy w Polsce i w Europie zapowiada się polityka Unii Europejskiej oraz Ministerstwa Rozwoju RP, mające na celu wspierać rodzime platformy funkcjonujące w modelu ekonomii współpracy.

Obiektywna analiza badanego zagadnienia wymaga podkreślenia znacznego zagrożenia dla obecnych rynków, jakie związane jest z rozwojem platform collaborative economy. Zjawisko monopolizacji rynków przez podmioty funkcjonujące w obszarze ekonomii współpracy widoczne jest przede wszystkim w państwach, w których te sektory powstały wcześniej i są na dalszym etapie rozwoju. Głównym zagrożeniem jest stosunkowo, krótki czas potrzebny do zdominowania danego obszaru przez wiodącą platformę. Można stwierdzić, że w obszarach, w których doszło do pierwszych

dużych inwestycji (Uber, Airbnb, Etsy) zjawisko monopolizacji wystąpiło dużo szybciej niż w pozostałych branżach. Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój badanego sektora w Polsce i ustalone już zagrożenia dla funkcjonowania poszczególnych lokalnych rynków wynikające z ich monopolizacji przez podmioty działające według modelu ekonomii współpracy, należy stwierdzić, że pozytywnie zweryfikowano hipotezę trzecią, która mówi o tym, że rozwój sektora gospodarki działającego według modelu ekonomii współpracy stanowi konkurencję dla dotychczasowych rozwiązań w obszarach swojego funkcjonowania. Dokonano tego w sposób pośredni, gdyż na podstawie danych dotyczących Polski nie można w sposób przekonujący tego dokonać w związku z wciąż początkowym etapem rozwoju rynku.

Podjęta w pracy tematyka rozwoju sektora przedsiębiorstw działających według modelu ekonomii współpracy jest ważna zarówno z tego powodu, że na w krajach wysokorozwiniętych już zaobserwowano szybki jego wzrost prowadzący nawet do monopolizacji niektórych rynków, jak też ze względu na to, że współdzielenie zasobów, czy to materialnych, czy niematerialnych, prowadzi do ich efektywniejszego wykorzystania, a zatem prowadzi do ich oszczędności i pośrednio przyczynia się do ochrony środowiska. Dodatkowym pozytywnym aspektem może być wzrost poziomu zaufania w społeczeństwie.

Uwzględniając liczbę usług oraz opisane w pracy uwarunkowania rozwoju sektora stwierdzono, że ma on duży potencjał do rozwoju w Polsce. Wynika to zarówno z obserwowanej już dynamiki wzrostu, ale także z tego, że zmiany pokoleniowe oraz demograficzne będą sprzyjały zwiększeniu popytu na usługi tego sektora. Na rynek wchodzi pokolenie sprawnie i chętnie posługujące się technologiami informatycznymi, rozwijają się duże ośrodki miejskie, a posiadanie wszystkich zasobów staje się droższe niż ich współdzielenie.

## Bibliografia

1. Airbnb (2017). *Invite*. Dostępne: <https://www.airbnb.pl/invite> (odczyt 11.02.2017)
2. Avelino, F., Dumitru, A., Longhurst, N., Wittmayer, J., Hielscher, S., Weaver, P., Cipolla, C., Afonso, R., Kunze, I., Dorland, J., Elle, M., Pel, B., Strasser, T., Kemp, R., Haxeltine, A. (2015) Transitions towards New Economies? *A Transformative Social Innovation Perspective TRANSIT Working Paper #3*.
3. Babula, E., Kulawczuk, P., Poszewiecki, A., Bizon, W. (2011). Behavioral finance of entrepreneurship: how can framing influence financial decisions of entrepreneurs?, *Foundation for the Development of Gdansk University*, Gdańsk.
4. Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R. (1995). *Ekonomia*. Tom 1, Warszawa: PWE.
5. Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online, *Journal of Business Research*.
6. Byrnes, J. P., Miller, D. C., Schafer, W. D. (1999). Gender differences in risk taking: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, vol 125.
7. CBOS (2010). *Badanie CBOS Aktualne problemy i wydarzenia z kwietnia 2010 roku*.
8. CBOS (2015). *Raport CBOS Internauci 2015*.
9. CBOS (2016). *Komunikat z badań nr 92/2016*.
10. Cohen, B., Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy, *Organization & Environment*, vol. 27(3), SAGE Publications.
11. Cohen, B., Munoz, P. (2015). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework, *Journal of Cleaner Production*.
12. Cohen, B., Muñoz, P. (2016). *The Emergence of the Urban Entrepreneur: How the Growth of Cities and the Sharing Economy Are Driving a New Breed of Innovators*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
13. Collaborative Lab (2013). The sharing economy lacks a shared definition: Giving meaning to the terms, Collaborative Lab, 2013 Dostępne: [www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf](http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf).
14. Crowd Expert (2015). *Massolution Crowdfunding Industry 2015 Report*. Dostępne: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (odczyt 15.10.2016)
15. Crowdfund Insider (2014). *Foundation capital peer to peer lending*. Dostępne: <http://www.crowdfundinsider.com/2014/05/38631-foundation-capital-peer-peer-lending-goes-1-trillion/> (odczyt 15.10.2016)
16. Crowdfund Insider (2016). *Report: China P2P Lending Topped \$150 Billion in 2015*. Dostępne: <http://www.crowdfundinsider.com/2016/01/79612-report-china-p2p-lending-topped-150-billion-in-2015/> (odczyt 15.10.2016)
17. Crowdsourcing (2015). *2015CF Crowdfunding Industry Report*. Dostępne: [http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product\\_id=54](http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54) (odczyt 15.10.2016)
18. Daily Fintech (2015). *Peer 2 Peer Insurance is taking the industry back to its roots!* Dostępne: <https://dailyfintech.com/2015/12/23/peer-2-peer-insurance-is-taking-the-industry-back-to-its-roots/> (odczyt 16.10.2016)
19. Daszkiewicz, M., Wrona, S. (2014). *Kreowanie marki korporacyjnej*, Warszawa.
20. Dąbrowski, I. (2016). *Mechanizmy sprzężeń zwrotnych a równowaga i dynamika systemu ekonomicznego*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
21. Deloitte (2015). *Informacje Prasowe Średnie ceny nowych samochodów w Polsce w czerwcu 2015 r. wzrosły o 5,4% m/m oraz o 4,4% r/r*. Dostępne: <http://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/press-releases/articles/DNB-indeks-cen-auto-moto.html> (odczyt 10.08.2016)
22. Desk Mag (2016). *2016 Coworking Forecast* Dostępne: <http://www.deskmag.com/en/2016-forecast-global-coworking-survey-results> (odczyt 09.02.16)
23. Distractify (2015). *Airbnb amazing places to stay*. Dostępne: <http://distractify.com/trending/2015/07/26/airbnb-amazing-places-to-stay-1197824169>

24. Economist (2008). *Link by link*. Dostępne: <http://www.economist.com/node/12415730>
25. Egospodarka (2015). *Najpopularniejsze portale internetowe*. Dostępne: <http://www.egospodarka.pl/art/galeria/129101,Najpopularniejsze-portale-internetowe-VII-IX-2015-r,2,12,1.html> (odczyt 09.11.2016)
26. Ericsson Mobility Report (2016). Mobile World Congress edition, February 2016  
[www.ericsson.com/res/docs/2016/mobility-report/ericsson-mobility-report-feb-2016-interim.pdf](http://www.ericsson.com/res/docs/2016/mobility-report/ericsson-mobility-report-feb-2016-interim.pdf)  
(odczyt 23.08.2015).
27. Euro Stat (2016). *TableAction*. Dostępne: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (odczyt 11.07.2016)
28. Felson, M., Spaeth, M. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption. *American Behavioral Scientist*, 21(4).
29. Forbes (2014). *Traits that define the 80 million millennial customers coming your way*. Dostępne: <http://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2014/12/29/5-traits-that-define-the-80-million-millennial-customers-coming-your-way/#5d75f2792a81> (odczyt 10.02.2017)
30. Freelancers Union. (2014). *53 million Americans are freelancing, new survey finds*. Dostępne: <https://blog.freelancersunion.org/2014/09/04/53million/>
31. Funders and founders (2016). *How Airbnb Started*. Dostępne: [www.notes.fundersandfounders.com/post/82297315548/how-airbnb-started](http://www.notes.fundersandfounders.com/post/82297315548/how-airbnb-started) (odczyt 29.02.2016)
32. Galperin, H. (2010). Goodbye digital divide, Hello digital confusion? A critical embrace of the emerging ICT4D consensus. *Information Technologies and International Development*, 6 Special Edition.
33. Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, Portfolio.
34. Gazeta Wyborcza (2016). *Polski transport ma się lepiej*. Dostępne: <http://wyborcza.pl/1,155287,18977575,polski-transport-ma-sie-lepiej.html> (odczyt 05.07.2016)
35. Gemius (2016). *Kim są internauci w wybranych krajach Europy?* Dostępne: <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/kim-sa-internauci-w-wybranych-krajach-europy.html> (odczyt 09.11.2016)
36. Glapiński, A. (2004). *Kapitalizm, demokracja i kryzys państwa podatków*, Warszawa: SGH.
37. Glapiński, A. (2006). *Meandry historii ekonomii. Między matematyką a poezją*, Warszawa: SGH.
38. Gold, L., (2004). *The Sharing Economy: Solidarity Networks Transforming Globalisation*, Ashgate Economic Geography Series, Hampshire.
39. Goldman Sachs (2015). *Raport Millennials* Dostępne: [www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1](http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1) (odczyt 22.02.2016)
40. Goldman Sachs (2015). *Raport Millennials Goldman Sachs 2015* - [www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1](http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/#chart1)
41. GUS (2011). *Rocznik statystyczny 2011*, Warszawa: GUS.
42. GUS (2015). *Badanie spójności społecznej*.
43. GUS (2015). *Rocznik statystyczny GUS - Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.* Warszawa: GUS.
44. GUS (2015). *Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015*, Warszawa.
45. Harris, C.R., Jenkins, M. (2006). Gender Differences in Risk Assessment: Why do Women Take Fewer Risks than Men?, *Judgment and Decision Making*, Vol. 1, No. 1, San Diego: University of California.
46. Harvey, J., Rogers, A. (2015). Young People in Forensic Mental Health Settings. *Psychological Thinking and Practice*, Palgrave Macmillan.
47. Hospitality Net (2016). *The Impact of AirBnb on Hotel and Hospitality Industry*. Dostępne: <http://www.hospitalitynet.org/news/4074708.html> (odczyt 20.07.2016)
48. International Telecommunication Union (2016). *Raport ITU*, [www.itu.int](http://www.itu.int)
49. Internet Standard (2015). *Prosument, czyli aktywny konsument*. Dostępne: <https://www.internetstandard.pl/news/Prosument-czyli-aktywny-konsument,136802.html> (odczyt 28.07.2015)
50. Intuit (2010). *Intuit 2020 Report: Twenty Trends that will Reshape the Next Decade*.

51. IWS (2016). *World Stats*. Dostępne: [www.internetworldstats.com/stats.html](http://www.internetworldstats.com/stats.html) (odczyt 09.01.16)
52. Jaeger-Erben, M., Ruckert-John, Schafer, J. (2015). Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices, *Journal of Cleaner Production*, Volume 108, Part A.
53. Jennejohn, M. C. (2008). *Contract Adjudication in a Collaborative Economy*, Brigham Young University - J. Reuben Clark Law School.
54. Jensen, M., Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3.
55. JestemMobi (2015). Raport Polska jest Mobi.
56. Kamińska A. (2011). *Regionalne determinanty rozwoju*, Warszawa: Difin.
57. Kancelaria Senatu, Biuro Analiz i Dokumentacji (2015). *Wykluczenie cyfrowe w Polsce, Opracowanie tematyczne OT-637*.
58. Komisja Europejska (2016). *A European agenda for the collaborative economy*. Dostępne: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/3/translations/en/renditions/native> (odczyt 12.02.2017)
59. Kryńska, E., Arendt, L., Daniłowicz, P., Kukulak-Dolata, I., Poliwczak, I., Sobocka-Szczapa, H., Szymczak, M. (2010). Wykluczenie cyfrowe na rynku pracy, *Studia i Monografie*, Warszawa: IPISS.
60. Lessig, L., (2008). REMIX: Making Art and Commerce. *Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Group, Inc., New York: The Penguin Press.
61. Lorek, S., Fuchs, D. (2013). Strong Sustainable Consumption Governance - Precondition for a Degrowth Path?, *Journal of Cleaner Production* nr 38.
62. Marketing Teacher (2016). *The Six living generations in America*. Dostępne: [www.marketingteacher.com/the-six-living-generations-in-america/](http://www.marketingteacher.com/the-six-living-generations-in-america/) (odczyt 20.02.2016)
63. Martin, C. J., Upham, P., Budd, L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insight from the sharing economy, *Journal of Ecological Economics*.
64. Mc Kinsey & Company (2016). *The future of bank risk management*. Dostępne: <http://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/the-future-of-bank-risk-management>
65. Mesh (2016). *The pulse of the sharing economy*. Dostępne: [www.meshing.it](http://www.meshing.it) (odczyt 09.01.16)
66. Ministerstwo Rozwoju (2016). Wytyczne dla wspierania rozwoju collaborative economy w Polsce i UE przygotowane w 2016 roku przez KE oraz Ministerstwo Rozwoju RP. Dostępne: [https://www.mr.gov.pl/media/27643/Przedsiębiorczosc\\_w\\_Polsce.pdf](https://www.mr.gov.pl/media/27643/Przedsiębiorczosc_w_Polsce.pdf)
67. Mitreǵa-Niestrój, K. (2013). The sharing economy and collaborative finance – outline of the problems, Innowacje w bankowości i finansach. T. 1, *Seria: Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, Katowice: Studia Ekonomiczne.
68. Nauka w Polsce (2015). *Raport: brak zaufania i odmienne priorytety utrudniają współpracę nauki i biznesu*. Dostępne: <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,409092,raport-brak-zaufania-i-odmienne-priorytety-utrudniają-wspolprace-nauki-i-biznesu.html> (odczyt 13.02.2017)
69. New York Times (2012). *Weighing apps for an on demand economy*. Dostępne: [www.nytimes.com/2012/09/23/technology/weighing-apps-for-an-on-demand-economy.html](http://www.nytimes.com/2012/09/23/technology/weighing-apps-for-an-on-demand-economy.html) (odczyt 2016-02-27)
70. OECD (2016). *Passenger Transport*. Dostępne: <https://data.oecd.org/transport/passenger-transport.htm> (odczyt 10.08.2016)
71. Owyang, J., Samuel, A. (2015). *The new rules of the collaborative economy*, Visioncritical.
72. Paw Research (2015). *Millennials surpass gen x as the largest generation in US labor force*. Dostępne: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/11/millennials-surpass-gen-xers-as-the-largest-generation-in-u-s-labor-force/> (odczyt 12.02.2017)
73. PBS (2004). *Credit scores*. Dostępne: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/credit/more/scores.html>
74. Pestoff, V., (2006). The Third Sector and the Democratization of the Welfare State. *Revisiting the Third Sector and State in Democratic and Welfare Theory*, Mid Sweden University.
75. Pew Research Center (2015). Tabulations of monthly 1995 – 2015 *Current Population Surveys*, Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS).

76. Pogonyi, S. (2013). Post-communist Deficits of Trust, *Visegrad Insight* 2/2013 (4).
77. Poniatowska-Jaksch, M., Sobiecki, R. (2016). *Sharing economy (Gospodarka współdzielenia)*, Warszawa: SGH.
78. Priceonomics (2013). *Airbnb vs Hotels: A Price Comparison*. Dostępne: <http://priceonomics.com/hotels/> (odczyt 10.07.2016)
79. Puls Biznesu (2016). *Berlin walczy z Airbnb by zahamować wzrost cen najmu*. Dostępne: (<http://www.pb.pl/4431981,53824,berlin-walczy-z-airbnb-by-zahamowac-wzrost-cen-najmu>) (odczyt 26.09.2016)
80. PWC (2016). *Autofacts*. Dostępne: <https://www.pwc.com/gx/en/automotive/autofacts/analyst-notes/pdf/pwc-analyst-note-e-mobility-europe-january-2016.pdf>
81. Rifkin, J. (2016). *Spółeczeństwo zerowych kosztów krańcowych. Internet przedmiotów. Ekonomia współdzielenia. Zmierzch kapitalizmu*. Warszawa: Studio Emka.
82. Rojek T. (2014). *Proces zarządzania rozwojem przedsiębiorstwa, Zrządanie przedsiębiorstwem w warunkach współczesnych wyzwań gospodarczych*, Kraków: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
83. Rudolf, S. (red.), (2012). *Nowa ekonomia instytucjonalna wobec kryzysu gospodarczego*, Kielce: WSEIP.
84. Schneider, W. (2017). <http://toddschneider.com/> (odczyt 08.02.2017)
85. Smith, A., Raven, R. (2012). What is protective space? Reconsidering niches in transitions to sustainability, *Journal of Research policy*.
86. Sqwiggle (2016). *Coworking trends statistic*. Dostępne: <http://blog.sqwiggle.com/coworking-trends-statistics/>
87. Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., Rinne, A. (2014). *Making sense of the UK collaborative economy*.
88. Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., Rinne, A., (2014) *Making sense of the UK collaborative economy*.
89. Stuff (2014). *Coffice is a growing work trend*. Dostępne: <http://www.stuff.co.nz/life-style/food-wine/10234828/Coffice-is-a-growing-work-trend>
90. Sztabiński, P. B., Sztabiński, F. (2014). *Polska – Europa Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego 2002 – 2012*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
91. Tech Crunch (2014). *The age of acquisitions*. Dostępne: [www.techcrunch.com/2014/02/25/the-age-of-acquisitions/](http://www.techcrunch.com/2014/02/25/the-age-of-acquisitions/) (odczyt 22.02.2016)
92. The Green Samaritan (2011). *Economy takeaway*. Dostępne: [www.thegreensamaritan.com/2011/06/consume-lessshare-more-access-economy-takeaway-from-sustainable-brands-11/](http://www.thegreensamaritan.com/2011/06/consume-lessshare-more-access-economy-takeaway-from-sustainable-brands-11/) (odczyt 2016-02-27)
93. The Street (2015). *A Secret History of Credit Scores: Who Determined What Matters and Why*. Dostępne: <https://www.mainstreet.com/article/a-secret-history-of-credit-scores-who-determined-what-matters-and-why/page/3>
94. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2005). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change*.
95. Uber (2016). *Nasza historia*. Dostępne: [www.uber.com/our-story/](http://www.uber.com/our-story/) (odczyt 29.02.2016)
96. Uber (2017) *Twój pierwszy przejazd*. Dostępne: <https://www.uber.com/pl/promo/> (odczyt 10.02.2017)
97. United Nations (2014). *Raport United Nations: World Urbanization Prospects*, New York.
98. Urzędu Nadzoru EFTA (2010). Decyzja Urzędu Nadzoru EFTA nr 34/10/COL.
99. Web Strategist (2015). *Collaborative economy defined*. Dostępne: [www.web-strategist.com/blog/2015/08/27/the-collaborative-economy-defined/](http://www.web-strategist.com/blog/2015/08/27/the-collaborative-economy-defined/) (odczyt 02.02.16)
100. Weitzman, M. L. (1984). *The share economy*, Harvard University Press.
101. Wired (2010). *The trust economy a world of p2p money lending*. Dostępne: [www.wired.co.uk/magazine/archive/2010/06/features/the-trust-economy-a-world-of-p2p-money-lending](http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2010/06/features/the-trust-economy-a-world-of-p2p-money-lending) (odczyt 2016.02.28)



102. World Economic Forum (2016). *The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond*. Dostępne: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/> (odczyt 20.04.2017)



Aneks



Wyrażam zgodę na udostępnienie mojej pracy w czytelniach Biblioteki SGGW

.....

(czytelny podpis autora)

Wyrażam zgodę na udostępnienie mojej pracy w czytelniach Biblioteki SGGW po  
roku .....

.....

(czytelny podpis autora)