

Nina Stepnicka

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

e-mail: n.stepnicka@unipt.pl

Paulina Wiączek

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

e-mail: paulina_bakowska@poczta.onet.pl

ACCESS ECONOMY I SHARING ECONOMY W ŚWIECIE TEORII INNOWACJI

ACCESS ECONOMY AND SHARING ECONOMY IN THE LIGHT OF THE INNOVATION THEORY

DOI: 10.15611/pn.2018.509.33

JEL Classification: B54, B55, D16

Streszczenie: *Access economy* (gospodarka dostępu) i *sharing economy* (gospodarka dzielenia się) to modele charakterystyczne dla gospodarki XXI w., w których dotychczasowy paradygmat ekonomiczny, związany z własnością i posiadaniem, ulega zmianie na rzecz dostępu, współdzielenia i dzielenia. Analizowane modele przybrały także charakter nowych kierunków, dynamicznie rozwijających się w gospodarce XXI w., przede wszystkim dzięki nowoczesnym technologiom informacyjno-komunikacyjnym oraz mediom społecznościowym. Celem pracy jest charakterystyka modeli, znanych w historii myśli ekonomicznej już od setek lat, jakie w nowej odsłonie pojawiły się we współczesnej gospodarce i wpływają na decyzje ekonomiczne zarówno konsumentów, jak i producentów w kontekście innowacji. Ze względu na zakres prezentowanej tematyki, w pracy wykorzystano metodą opisową, metodę historyczno-porównawczą oraz analizę treści publikacji naukowych.

Słowa kluczowe: *access economy*, gospodarka, innowacja, model, *sharing economy*.

Summary: Access economy and sharing economy are characteristic for the economy of the 21st century, in which the existing economic paradigm, associated with the property and possession (so-called „ownership”) is changed to access, sharing and co-sharing. The analyzed models became new directions, and even trends, dynamically developing in the economy of the 21st century, especially thanks to modern information and communication technologies (including the Internet) and social networking. The aim of the work is to characterise the models, famous in the history of the economic thought and known from the hundreds of years, which appeared in the new version in the modern economy and have affected economic decisions made by both consumers and producers. Due to the range of presented issues the descriptive method, the method of historical-comparative assessment and the analysis of the content of scientific publications have been used in the work.

Keywords: access economy, economy, innovation, model, sharing economy.

1. Wstęp

Problematyka dostępu i dzielenia (dzielenia się) nierozzerwalnie związana jest z pojęciami wzajemności i daru. Terminy te stały się podłożem dla nowych zjawisk i trendów konsumenckich, w tym m.in. *access economy*, *sharing economy*, *collaborative consumption*, tj. gospodarki dostępu, gospodarki wspólnego użytkowania, czyli gospodarki dzielenia i współpracy konsumenckiej, określanej także konsumpcją opartą na współpracy, wspólnym spożyciem, wspólną konsumpcją czy kolaboratywną konsumpcją [Andersson i in. 2013, s. 2964-2978; Malhotra, Alstynne 2014, s. 24-27; Mróz 2013, s. 142-143].

W 2015 r. Giana M. Eckhardt i Fleura Bardhi na łamach „Harvard Business Review” napisały, że gospodarka dzielenia nie polega na dzieleniu się, lecz jest gospodarką dostępu (*the sharing economy isn't really a „sharing” economy at all; it's an access economy*). Jak podają autorki, dzielenie się *sensu stricto* jest formą wymiany społecznej, jaka występuje między znajomymi oraz nie niesie z sobą żadnego zysku. Jeśli natomiast dzielenie następuje przy udziale rynku, kiedy firma staje się pośrednikiem między konsumentami, którzy się nie znają, praktyka ta opiera się na płatnym dostępie do przedmiotów i usług drugiej strony w ciągu określonego czasu i nosi charakter wymiany ekonomicznej, w której klienci uzyskują wartość użytkową, a nie społeczną [Eckhardt, Bardhi 2016, online]. W tym przypadku mowa jest o gospodarce dostępu.

Rozwój *access economy* i *sharing economy* związany jest z pojęciem innowacji (zgodnie z definicją innowacji Josepha Aloisa Schumpetera) i nadaniu jej nowego wymiaru z chwilą pojawienia się działalności i aktywności opartej na regułach Internetu. Zasady wypracowane przez *access economy* i *sharing economy* stanowią zaprzeczenie reguł typowych dla konsumpcjonizmu. Przyczyniły się także do powstania nowej kategorii *homo oeconomicus*, z typowymi dla niej cechami i atrybutami człowieka gospodarującego, właściwymi z punktu widzenia dostępu, współdzielenia, wzajemności i daru.

Pierwsze wzmianki na temat *access economy* i *sharing economy* pojawiły się setki lat temu i nawiązują do kultury darów oraz zasad wzajemności i dzielenia się, znanych m.in. w kulturze trobriandzkiej. Ta pierwsza odsłona modeli opartych na dostępie i współdzieleniu obejmowała zazwyczaj wymianę o charakterze nieformalnym. Druga odsłona *access economy* i *sharing economy* nawiązuje do pojęcia innowacji i przypada na lata 90. XX w., czyli okres pojawienia się nowych technologii i serwisów zajmujących się łączeniem osób zainteresowanych dostępem, dzieleniem się i współdzieleniem.

2. Podłoże i czynniki warunkujące funkcjonowanie *access economy* i *sharing economy*

Rewolucje przemysłowe XVIII-XX w. zapoczątkowały nowe metody produkcji i w znaczny sposób wpłynęły na zwiększenie ich zasięgu. Masowe migracje ludzi ze wsi do miast skutkowały zwiększeniem popytu na nowe produkty i usługi. Jak podaje Alex Stephany [2015, s. 18-19], po drugiej wojnie światowej gospodarka amerykańska wzmocniła się do pozycji supermocarstwa. W kolejnych dziesięcioleciach ceny żywności gwałtownie spadły, pojawiła się hodowla przemysłowa, zaczęto wykorzystywać pestycydy i nawozy na skalę przemysłową. Z pojawieniem się taniej żywności nastąpił także wzrost rozporządzalnych dochodów osobistych, jakie mogły być przeznaczane na zakup nowych samochodów, pralek i innych przedmiotów wyznaczających określony status społeczeństwa, w którym nikt nie chciał się dzielić [Stephany 2015, s. 18-19].

Jak podaje Łukasz Zgiep, „główną siłą napędową gospodarek była konsumpcja, która wymuszała produkcję, coraz to nową i większą ilość, coraz to nowych produktów i usług. Na pewnym poziomie rozwoju, ewolucji lub ilości posiadanego majątku ludzie doszli jednak do wniosku, że niektóre rzeczy są niepotrzebne lub używają ich niezwykle rzadko – pomimo to każdy (lub prawie każdy) je posiadał. Bardzo ważnym czynnikiem, który przyczynił się do rozwoju *access economy* [przyp. aut.] i *sharing economy* na świecie był tzw. oddolny ruch ludzi, którzy sami chcieli współdzielić z innymi (nawet obcymi) osobami różnego rodzaju dobra”. [Zgiep 2014, s. 194].

Access economy i *sharing economy* to modele (zwane także koncepcjami, trendami, zjawiskami, nurtami, kierunkami, formami aktywności, mechanizmami współpracy), jakie zyskały na znaczeniu m.in. za sprawą zmieniającego się obecnie paradygmatu ekonomicznego, opierającego się na rezygnacji z własności na rzecz dostępu i dzielenia się. Zmianę tę implikują w szczególności:

- konieczność ujęcia w ekonomii zagadnień dotyczących zarówno gospodarki cyfrowej i Internetu, jak i ekologii, logistyki i energetyki. Konieczność ta sprzyja rozwojowi tzw. Internetu Przyszłości, będącego przejawem globalizacji, decydującego o powodzeniu realizacji koncepcji społeczeństwa informacyjnego i rozwoju *access economy* i *sharing economy*. Internet Przyszłości obejmuje istotne dla analizowanych rodzajów gospodarek następujące rodzaje Internetu:
 - Internet Rzeczy (Internet Przedmiotów; *Internet of Things*, IoT), odnoszący się do możliwości uwzględnienia interakcji cyfrowych w fizycznym świecie;
 - Internet Energii (*Internet of Energy*), definiujący dynamiczną strukturę sieciową sterującą zapewnieniem energii w potrzebnej ilości do określonego miejsca w wymaganym czasie;
 - Internet Mediów (*Internet of Media*), obejmujący potrzeby w zakresie przetwarzania obrazów 3D, kina cyfrowego, cyfrowych obrazów itp.;

- Internet Usług (*Internet of Services*), związane z usługami dostarczonymi za pośrednictwem różnego rodzaju sieci, w tym Internetu;
- Internet Osób (*Internet of People*), zajmujący się sferą kontaktów między użytkownikami, wpływających m.in. na zwiększenie komfortu życia, pracy, czy niwelowaniem barier między dostawcami i odbiorcami treści [Dyrda i in. 2012, s. 95];
- przeobrażenia w zakresie modelu konsumpcji, widoczne zwłaszcza wśród ludzi urodzonych po 1990 r. (tzw. pokolenia milenijnego, milenialsów), którzy coraz częściej stawiają sobie pytanie, zadane niegdyś przez Ericha Fromma: „Mieć, czy być?” [Fromm 1989], ale z uwzględnieniem pytań pomocniczych: „Ile mieć, aby być?” i „Co mieć, aby być?”;
- zmiany zachodzące w odniesieniu do różnych instytucji, typowych np. dla ekonomii neoinstytucjonalnej. Oznacza to, że miejsce:
 - rynków i wymiany wartości zastępują nowe modele i sytuacje biznesowe;
 - pojęcie wartości rozumianej w sposób tradycyjny zastępują pojęcia dostępu, dzielenia i zapotrzebowania;
 - producentów i konsumentów zastępują pośrednicy, współużytkownicy, współtwórcy, prosumenci, presumenci itp.;
 - kapitału rozumianego tradycyjnie, tj. kapitału społecznego i zaufania, zastępują wartości materialne.

Wraz ze wzrostem popularności gospodarki dostępu i gospodarki dzielenia się nastąpi dalszy ich podział, jak również pojawi się potrzeba rozumienia i utrzymania prawdziwego znaczenia tych terminów. Obecnie *access economy* i *sharing economy* posiadają wyjątkową pozycję, by odzwierciedlać pragnienia ludzi w zakresie bezpośredniego kontaktu i poczucia przynależności do danej społeczności, co uchodzi za cele bardziej wzniosłe aniżeli jedynie handel przedmiotami, przestrzenią czy zdolnościami [Botsman 2016].

3. *Access economy* i *sharing economy* w historii myśli ekonomicznej i współcześnie

Wbrew twierdzeniom wielu badaczy, zarówno *access economy*, jak i *sharing economy* nie uchodzą za nowe zjawiska. O ile aktywność ludzi oparta na dostępie, współdzieleniu i darze istniała od zarania dziejów, o tyle analizowane nurty posiadają w historii cywilizacji i historii ekonomii dwie odsłony, poprzedzające istotne wydarzenia oraz okresy historyczne i gospodarcze. Pierwsza odsłona przypada na drugą połowę minionego wieku i związana jest z epoką (apogeum) konsumeryzmu w Ameryce Północnej. Jej koniec to lata 1994-1995, czyli okres wprowadzenia i upowszechnienia Internetu.

Z pierwszą odsłoną *access economy* i *sharing economy* powiązано pojęcie innowacji i twórczej destrukcji, zgodnie z definicją Josepha Aloisa Schumpetera,

z drugą zaś pojęcie replikacji nurtu, którego efektem są nowe modele biznesu, nurty i trendy w gospodarce cyfrowej, wynikające m.in. z zastosowania technologii internetowych w działalności opartej na dostępie, współdzieleniu i współkonsumpcji.

Jak piszą Duncan McLaren i Julian Agyeman [2015, s. 13], dzielenie się i dostęp za pośrednictwem Internetu przybierają dwie zasadnicze odsłony:

- tzw. *communal*, czyli „wspólną”, wewnątrznie motywowaną, opierającą się na dostępie i dzieleniu o charakterze P2P (*peer-to-peer*) i *not-for-profits* (np. serwisy Freecycle, Peerby);
- tzw. *commercial*, czyli „płatną”, umotywowaną zewnątrznie, obejmującą dostęp płatny (np. serwisy Airbnb, TaskRabbit, Zipcar) oraz aktywności typowe dla gospodarki wspólnej (*collective economy*) z koprodukcją oraz tzw. otwartym zaopatrzeniem (*open sourcing*) w biznesie [McLaren, Agyeman 2015, s. 13].

O ile pierwszy etap rozwoju *access economy* i *sharing economy*, zakończony ok. 1995 r., miał z reguły charakter kameralny i obejmował zazwyczaj wymianę o charakterze nieformalnym (zaoferowanie znajomemu miejsca w samochodzie, użyczenie wiertarki, zakupy w sklepie przy okazji dokonywania własnych), o tyle w drugim etapie rozwoju istotne znaczenie zyskują nowe technologie oraz serwisy i firmy online zajmujące się łączeniem osób zainteresowanych dostępem, dzieleniem się czy współkonsumpcją. Przykładami działalności tego typu mogą być m.in. serwisy oferujące usługi w zakresie krótkoterminowych wynajmów domów, przejazdów samochodowych czy wykonywania obowiązków (prac) domowych [Slee 2015, s. 9].

Druga odsłona (współczesna) *access economy* i *sharing economy* związana jest m.in. z dynamicznym rozwojem technologii internetowych i komunikacyjnych w latach 90. XX w. Jak pisze Łukasz Zgiep, z chwilą pojawienia się Internetu ludzie zyskali dostęp do niedostępnych dotychczas form komunikacji. Wprowadzenie nowoczesnych technologii i mediów społecznościowych wpłynęło na powstanie nowych relacji między ludźmi i markami. Nowatorskie formy komunikacji i dostęp do Internetu za pośrednictwem urządzeń mobilnych (np. smartfonów, tabletek i *wearable devices*) przyczyniło się do dalszego dynamicznego rozwoju nowej gospodarki, tudzież gospodarki opartej na dostępie i współdzieleniu [Zgiep 2014, s. 194].

Współczesną odsłonę *access economy* i *sharing economy*, związaną z permanentnym rozwojem *high-tech*, w tym Internetu, charakteryzują m.in.:

- powstawanie nowych i coraz trudniej nazwanych form dostępu, dzielenia i współkonsumpcji oraz form zbliżonych, które mają niewiele wspólnego z dzieleniem się i współkonsumpcją;
- tworzenie firm i organizacji, zarówno tradycyjnych, jak i internetowych, zajmujących się obsługą klientów indywidualnych w ramach modelu biznesowego *business-to-person* B2P (inaczej: *business-to-consumer*, B2C);
- przewaga transakcji o charakterze B2P nad transakcjami typu P2P, tj. *person-to-person* (inaczej: *consumer-to-consumer*, C2C);

- generowanie wysokich zysków przez firmy zajmujące się organizacją aktywności oraz działalności w ramach gospodarek dostępu i dzielenia się (na zasadzie modelu B2C/ B2P).

Istotny wpływ na rozwój badanego nurtu po 1994 r. miał również kryzys gospodarczy i finansowy na świecie w latach 2007-2009, którego konsekwencją były alternatywne sposoby pozyskiwania dochodów, przemysłane zakupy i zwiększone oszczędności. Kierunek ten, zwany przez Alexa Stephany'ego [2015, s. 24] „sharing 2.0”, ukazuje, że dostęp, współkonsumpcja, wzajemność i dzielenie się weszły w nową fazę rozwoju, opartą na sieciach społecznościowych i narzędziach Web. Modelami rozwiązań zaliczanych do sharing 2.0, czyli replikacji analizowanych nurtów wspartych technologią internetową, po 1994 r. są modele w zakresie m.in. społecznościowego wypożyczania domów i mieszkań (np. *couchsurfing*, *house swapping*, *cohousing*), dzielenia przestrzeni biurowej (np. *coworking*), finansowania społecznościowego (np. *crowdfunding*) czy przelotów społecznościowych (np. *crowdflying*). Aktywności te można postrzegać jako formę innowacji w gospodarce i przyczynek do dalszego rozwoju oraz profesjonalizacji *access economy* i *sharing economy*.

4. *Access economy* i *sharing economy* jako innowacje w gospodarce i ich późniejsze replikacje

Innowacje kojarzone są z postępem i nowoczesnością, a ich dyfuzja do sfery praktycznego funkcjonowania przyczynia się w dużej mierze do rozwoju gospodarczego. Uchodzą one za najważniejszą siłę napędową rozwoju gospodarki i specyficzne narzędzia przedsiębiorczości [Penc 1995, s. 63; Szymańska 2012, s. 183]. W klasycznym podejściu innowacja może być definiowana jako podejmowanie nowej działalności gospodarczej lub świadczenie nowych usług poprzez nowe, dotychczas niestosowane kombinacje czynników produkcji, nowe produkty, sposoby dystrybucji produktów i usług [Szymański 2013, s. 67].

Pojęcie „innowacja” po raz pierwszy zostało zastosowane w naukach ekonomicznych w 1911 r. przez austriackiego ekonomistę Josepha Aloisa Schumpetera¹ i obejmowało pięć przypadków:

- wprowadzenie nowego produktu lub nadanie mu nowych cech i właściwości poprzez tzw. innowacje horyzontalne (tj. wytwarzanie nowych dóbr obok już istniejących) oraz innowacje wertykalne, poprawiające jakość istniejących dóbr, co prowadzi do wycofania starych dóbr z rynku;
- wprowadzenie nowej metody produkcji i/lub sprzedaży jeszcze niewypróbowanej w danej dziedzinie przemysłu;

¹ Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), austriacki ekonomista, historyk myśli ekonomicznej, założyciel Towarzystwa Ekonometrycznego, autor teorii wzrostu gospodarczego i cykliów koniunkturalnych.

- otwarcie nowego rynku zbytu;
- zdobycie nowego źródła dostaw surowców bez względu na to, czy istniało ono wcześniej;
- wprowadzenie nowej struktury rynkowej w ramach danego rodzaju działalności lub organizacji jakiegoś przemysłu, np. stworzenie monopolu bądź jego złamanie [Zielińska-Głębocka 2012, s. 17; Schumpeter 1960, s. 104]².

Biorąc pod uwagę następujące cechy:

- stopień nowości postrzeganej;
- platformy i rodziny innowacji, mające znaczenie z punktu widzenia możliwości zapanowania nad innowacjami;
- dyskontynuację stanowiącą naturę innowacji, wynikającą ze stopnia zmienności otoczenia;
- poziom innowacji dotyczący elementów składowych;
- czas wyrażony określonym cyklem innowacji [Wiśniewska 2013, s. 27];

modele *access economy* i *sharing economy* można postrzegać jako pewien rodzaj innowacji w gospodarce, układający się w fale o różnej długości, mający charakter innowacji przyrostowych, tj. uzupełniających już istniejące rozwiązania i modele³.

Motywnym narodzin analizowanych kierunków jest perspektywa przyszłych i bieżących zysków, jakie można osiągnąć dzięki sile rynkowej tworzonej dzięki innowacjom, tj. działalności opartej na dostępie, dzieleniu i współkonsumpcji. Motyw ten skłania ludzi do poszukiwania nowych rozwiązań i tworzy siłę napędową krajów szybko rozwijających się [Zielińska-Głębocka 2012, s. 17]. Wprawdzie gospodarki *access* i *sharing* nie sposób postrzegać jako nowego produktu, metody produkcji itp. *sensu stricto* w świetle definicji stworzonej przez Schumpetera, niewątpliwie stanowią one m.in.:

- nowy rodzaj produktu, rozumianego jako efekt działalności ludzi i gospodarowania przez nich różnymi produktami i usługami, polegającego na odejściu od paradygmatu zakupów na rzecz paradygmatu współużytkowania, najmu, użyczenia, daru itp.;
- nową metodę konsumpcji, uwzględniającą przejście z postawy konsumenta do postawy prosumenta, konsumenta korzystającego z dostępu i współużytkującego;
- nową formę rynku, na którym spotykają się uczestnicy pragnący uzyskać dostęp, wymieniać się produktami i usługami na nieco innych zasadach aniżeli podczas tradycyjnych transakcji handlowych;
- informację o nowym źródle pozyskiwania dochodu poprzez alternatywne formy wymiany, np. współkonsumpcję czy użyczenie;

² Schumpeter dokonał także klasycznego trójpodziału (tzw. triada Schumpetera) na: inwestycje, innowacje i naśladownictwo.

³ Przeciwnieństwem innowacji przyrostowych są innowacje radykalne, zwane przełomowymi, które diametralnie zmieniają charakter życia gospodarczego.

- formę reorganizacji dotychczasowej struktury rynku, w którym istotną rolę odgrywają nie tyle zakupy i konsumpcja, ile rezygnacja z nich na rzecz innych form posiadania i użytkowania.

Access economy i *sharing economy* to formy twórczej destrukcji i łamania reguł typowych dla gospodarki komercyjnej XX i XXI w. na rzecz nowego paradygmatu życia. To także modyfikowane, alternatywne koncepcje ekonomii, podważające m.in.:

- prawdziwość założeń ekonomii neoliberalnej i ich implikacji;
- prymat wolności indywidualnej nad instytucjami;
- prymat produkcji jako podstawowego celu systemu ekonomicznego, zapewniającego coraz wyższy poziom zaspokajania potrzeb;
- prymat „niewidzialnej ręki” rynku jako najefektywniejszego mechanizmu optymalnej alokacji zasobów [Zawojska 2006, s. 5-23], stanowiący odpowiedź na dotychczasowe wydarzenia społeczno-gospodarcze świata, zwłaszcza kryzys energetyczny lat 70. XX w., kryzys finansowy przełomu pierwszej i drugiej dekady XXI w., nierówności w rozwoju o podłożu geograficznym i historycznym [Bartkowiak 2014, s. 22].

Przykładami dostępu i dzielenia się w ekonomii, które wpisują się w założenia teorii innowacji i twórczej destrukcji Schumpetera, mogą być wybrane modele i „submodele” biznesu, zapoczątkowane już w drugiej połowie lat 40. XX w., kwalifikowane w różnych obszarach przestrzeni, miejsca, czasu itp. Należą do nich m.in. systemy wymiany gościnności, wakacyjne zamiany domów, wypożyczalnie rowerów (w tym program „białych rowerów”), działalność klubów i organizacji przewozowych, *carpooling* i *carsharing*. Cechą charakterystyczną analizowanych modeli gospodarek dostępu i dzielenia się, z uwagi na okres, w jakim one powstały, był brak zastosowania technologii internetowych i usług społecznościowych w ich tworzeniu i funkcjonowaniu oraz oparcie ich działalności na tradycyjnych kanałach komunikacji.

5. Zakończenie

Współczesne *access economy* i *sharing economy* umożliwiają zmianę i zamianę ról społecznych i zawodowych osób biorących w nich udział. Współpraca w ramach analizowanych trendów umożliwia przejście z pozycji pasywnego konsumenta do pozycji aktywnego konsumenta (tj. prosumenta), współtwórcy lub twórcy, który może współużytkować i wytwarzać różne produkty i usługi, wynajmować, pożyczać, sprzedawać lub obdarowywać nimi innych. To wspólne użytkowanie, dzielenie oraz koprodukcje różnych przedmiotów i usług sprzyjają procesowi wzajemnego uczenia się, a także sprzedaży przedmiotów lub usług wytworzonych w ramach społeczności osób tworzących nurty *access economy* i *sharing economy*.

Wraz z nadejściem „współczesnej ery” *access economy* i *sharing economy* zmieniły się zasady funkcjonowania firm. Przedsiębiorstwa stały się platformami

działającymi na zasadzie serwisów społecznościowych, dzięki którym ludzie wytwarzają produkty i/lub usługi, dystrybuują je i wchodzą w interakcje z innymi użytkownikami [Maciejewski, Krukowska 2015, s. 126-127], przez co zjawisko dostępu i dzielenia zyskuje coraz większą popularność, zarówno w Polsce, jak i na świecie.

Zdaniem K. Mitreği-Niestrój [2014, s. 15] decydujący wpływ na tak duże zainteresowanie wśród konsumentów i producentów modelami *access economy* i *sharing economy* mają następujące czynniki:

- zrównoważony rozwój (*sustainable development*), w ramach którego konsumenci są skłonni do bardziej efektywnego korzystania z zasobów, co indukuje zmiany wśród producentów w kwestii ograniczenia nadprodukcji;
- stabilność społeczna (*social stability*), oznaczająca, że modele te, oparte na kooperacji, pozwalają zmniejszyć problem polaryzacji społeczeństwa i mogą uczynić je bardziej harmonijnym;
- spełnianie nowych wymagań (*meeting the new demands*), czyli możliwość, jaką dają *access economy* i *sharing economy* w realizacji wymagań konsumenckich, które w warunkach istniejącego systemu gospodarczego nie są możliwe.

Access economy i *sharing economy* pozwalają na efektywniejsze wykorzystanie trwałych aktywów. Dobra rzadko używane przez ich właścicieli (np. wolne pokoje, nietypowe maszyny i urządzenia) mogą być przedmiotem (odpłatnego bądź nieodpłatnego) użytkowania przez innych. Możliwości te dają ludziom dostęp do dóbr i przestrzeni, niektóre oferują szansę pozyskania funduszy, często jako dodatku do regularnego dochodu [Schor, Fitzmaurice 2015, s. 415-416].

Literatura

- Andersson M., Hjalmarsson A., Avital M., 2013, *Peer-to-Peer Service Sharing Platforms: Driving Share and Share Alike on a Mass-Scale*, [w:] *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS)*, At Milan, Atlanta.
- Bartkowiak R., Staniek Z., 2011, *Stan gospodarki światowej a rozwój teorii ekonomii*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Botsman R., 2016, *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn't?*, <http://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt/5> (17.03.2018).
- Dyrda S., Wisłowski L., Zawila-Niedźwiecki J., 2012, *Teleinformatyczne technologie przyszłości w zarządzaniu*, [w:] A. Stabryła, S. Wawak, B. Mikuła i in. (red.), *Metody badania i modele rozwoju organizacji*, Mfiles.pl, Kraków–Wieliczka.
- Eckhardt G.M., Bardhi F., 2016, *The Sharing Economy Isn't About Sharing at All*, <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all> (16.03.2018).
- Fromm E., 1989, *Mieć czy być? Duchowe podstawy nowego społeczeństwa*, Klub Otrycki „Col-loquia Communia”, Warszawa.
- Jamka B., 2014, *Ekonomia dobra wspólnego – budowa nowego paradygmatu*, *Myśl Ekonomiczna i Polityczna*, nr 4, s. 19-39.
- Maciejewski M., Krukowska M., 2015, *Współpraca odpowiedzialna*, *Forbes*, nr 1, s. 126-127.

- Malhotra A., Alstyn M.V., 2014, *The Dark Side of the Sharing Economy... and How to Lighten It*, Communications of the ACM, vol. 57, no. 11, s. 24-27.
- McLaren D., Agyeman J., 2015, *Sharing Cities: a Case for Truly Smart and Sustainable Cities*, MIT Press, Cambridge.
- Mitrega-Niestrój K., 2014, *The Sharing Economy and Collaborative Finance. Outline of the Problems*, [w:] I. Pyka, J. Cichy (red.), *Innowacje w bankowości i finansach*, t. 1, Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
- Mról B., 2013, *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Penc J., 1995, *Zarządzanie strategiami. Strategie dziedzinowe i ich realizacja. Zintegrowane zarządzanie strategiczne*, Placet, Wrocław.
- Schor J.B., Fitzmaurice C.J., 2015, *Sharing, Collaborating, and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy. Handbook of Sustainable Consumption*, Edward Elgar, Northampton.
- Schumpeter J.A., 1960, *Teorie rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Slee T., 2015, *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*, OR Books, New York–London.
- Stephany A., 2015, *The Business of Sharing: Making It In the New Sharing Economy*, Palgrave MacMillan, Basingstoke.
- Szymańska A., 2012, *Wpływ innowacyjności na konkurencyjność przedsiębiorstw*, [w:] A. Stabryła, T. Małkus (red.), *Strategie rozwoju gospodarki*, Mfiles.pl, Kraków.
- Szymański G., 2013, *Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce*, Politechnika Łódzka, Łódź.
- Wiśniewska J., 2013, *Specyfika innowacji w sektorze usług*, [w:] M. Drouet, T. Torlop, A. Wróbel, W. Leoński, E. Trubisz, A. Głodowska (red.), *Innowacje przyszłości rozwoju gospodarki*, Naukowe Wydawnictwo IVG, Szczecin.
- Zawojńska A., 2006, *Liberalizm, neoliberalizm, wolność ekonomiczna i polityczna a rozwój gospodarczy kraju*, Zeszyty Naukowe SGGW – Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, nr 58, s. 5-23.
- Zgiep Ł., 2014, *Sharing economy jako ekonomia przyszłości*, Myśl Ekonomiczna i Polityczna, nr 4 (47), s. 193-205.
- Zielińska-Głębocka A., 2012, *Współczesna gospodarka światowa. Przemiany, innowacje, kryzysy, rozwiązania regionalne*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.