

Wpływ pandemii COVID-19 na gospodarkę współdzielenia w Polsce

Impact of the COVID-19 pandemic on the sharing economy in Poland

Justyna Ziobrowska

Uniwersytet Wrocławski
Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii
ORCID: [0000-0002-9572-1438](https://orcid.org/0000-0002-9572-1438)
e-mail: justyna.ziobrowska@uwr.edu.pl

Streszczenie

Koncepcja współdzielenia zasobów i usług nie jest zjawiskiem nowym, jednak rozwój technologii mobilnych i społeczności internetowych spowodował, że wymiana zasobów nabrała zupełnie innego wymiaru i dynamicznie zwiększa się jej skala, obejmując coraz to nowe sektory gospodarowania. Patrząc przez pryzmat kryzysu gospodarczego, pandemii, a także większych niż dotychczas problemów finansowych w polskich domach, ważną cechą współdzielenia okazała się racjonalna konsumpcja. Celem artykułu jest omówienie pozytywnego i negatywnego wpływu pandemii na wybrane inicjatywy współdzielenia w Polsce. Artykuł ma charakter przeglądowy i powstał na podstawie badań dokumentów oraz badań literaturowych.

Słowa kluczowe

wspólna konsumpcja, pandemic, gospodarka współdzielenia

Abstract

The concept of sharing resources and services is not a new phenomenon, while the development of mobile technologies and Internet communities has resulted in the exchange of resources. It is now taking on a completely different dimension as the scale is dynamically increasing, including new sectors of management. Looking through the prism of the economic crisis, pandemic and financial problems in Polish homes being greater than before, the rational consumption turned out to be an important feature of sharing. The purpose of this article is to review the positive and negative impacts of the pandemic on selected sharing initiatives in Poland. The article is for reference only and was based on research of documents and literature.

Keywords

collaborative consumption, pandemics, sharing economy

JEL: P48, P32, O35, O38

Wstęp

We współczesnym, wysoce zglobalizowanym, świecie zintensyfikowanych podróży i integracji między krajami pandemia uznaje się za największe potencjalne rodzaje negatywnego ryzyka¹. Mogą powodować wysoką zachorowalność i śmiertelność, a także określone skutki gospodarcze w poszczególnych sektorach oraz przedsiębiorstwach, których skala zależy od licznych czynników, m.in. od tego, czy możliwe jest dostosowanie się podmiotów gospodarczych do zakłóceń w łańcuchach dostaw oraz czy komponenty są składowane lub czy dany sektor działa na zasadzie produkcji i świadczenia usług „dokładnie na czas”.

Pandemia COVID-19 i towarzyszące jej zjawiska, jak: praca zdalna, obowiązkowe kwarantanny, niedobory sprzętu do ratowania i bezpieczeństwa obywateli, uwolniły pokłady społecznej przedsiębiorczości, czego wyrazem były liczne różnego rodzaju inicjatywy sąsiedzkie czy też zbiórki pieniędzy. Powstały nowe modele biznesowe oparte na zaufaniu i współpracy oraz rozpowszechniły się już istniejące². Tego typu działania wpisują się w obszar gospodarki współdzielenia. Celem artykułu jest omówienie pozytywnego i negatywnego wpływu pandemii na wybrane inicjatywy współdzielenia w Polsce. Do realizacji tego celu wykorzystano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa oraz metodę badań dokumentów. Dokonano wyboru problematyki badawczej związanej z wpływem pandemii na gospodarkę współdzielenia w Polsce, ponieważ jest on niedostatecznie zbadany – szczególnie w obszarze *crowdfundingu*, *coworkingu* czy inicjatyw lokalnej społeczności, które wciąż się rozwijają. Wydaje się, że pandemia COVID-19 może przyspieszyć zmiany w obszarze współdzielenia i wymusić wyższy poziom innowacyjności modeli biznesowych tradycyjnego biznesu, zarówno w obszarze propozycji wartości (oferowania nowych produktów czy usług dla klientów), jak i architektury wartości, czyli sposobu zarządzania zasobami firmy oraz budowania głównych kompetencji (w tym przykładowo korzystania z pracy zdalnej). Jednym z ważniejszych elementów innowacyjnego modelu biznesowego postpandemicznego świata może okazać się współdzielenie.

1. Istota gospodarki współdzielenia

W literaturze granice między gospodarką współdzielenia a innymi formami dostępu do dóbr i usług zacierają się, czyniąc omawiane zagadnienie bardzo „rozmytym”.

¹ WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020, <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> [dostęp: 1.07.2021].

² A. Pyszka, *Pandemia – czas weryfikacji dotychczasowego sposobu działania*, <https://us.edu.pl/dr-adrian-pyszka-pandemia-czas-innowacji-i-zmian-modeli-biznesowych/> [dostęp: 1.07.2021].

Większość badaczy postrzega gospodarkę współdzielenia jako formę dostępu do dóbr i usług, zapominając, że jej najważniejszym elementem jest dzielenie się niewykorzystanymi lub nie w pełni wykorzystanymi zasobami bez konieczności przekazywania praw własności.

Analizę pojęcia gospodarki współdzielenia należy rozpocząć od zdefiniowania aktu dzielenia się oraz wspólnej konsumpcji. Dzielenie się to czynność polegająca na udostępnianiu posiadanych zasobów innym, a także na przyjmowaniu zasobów niebędących naszą własnością³. Jeżeli ktoś współdzieli zasoby (np. mieszkanie, samochód, pliki, urządzenia zewnętrzne, miejsce w pamięci komputera), oznacza to, że udostępnia je innym osobom. Należy odróżnić dzielenie się, w którym udostępnia się dany zasób na z góry określony czas, od takiego, w którym następuje transfer praw własności⁴. Yochai Benkler podkreśla społeczne znaczenie dzielenia się, które stanowi trzeci element organizacji produkcji (obok rynków i państwa), ściśle związany z nowymi technologiami (darmowe oprogramowanie, technologie mobilne, *peer-to-peer*)⁵. Samo współdzielenie stanowi część nurtu, jakim jest gospodarka współdzielenia.

Termin „gospodarka współdzielenia” pojawił się już w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku w pracy Marcusa Felsona i Joe L. Spaetha *Community Structure and Collaborative Consumption*. Autorzy zdefiniowali tę formę konsumpcji jako proces, w którym jedna lub więcej osób konsumuje dobra lub usługi poprzez angażowanie się we wspólne aktywności z innymi. Jako przykład podali podróżowanie znajomych jednym samochodem, korzystanie z pralni czy też wyjście kolegów na piwo⁶. Jako pioniera w badaniu zjawiska konsumpcji współdzielonej oraz autora pierwszej formalnej definicji *sharing economy* uważa się Lawrence’a Lessiga, który nazwał w ten sposób konsumpcję realizowaną przez dzielenie się, wymianę i wypożyczanie własnych zasobów bez przenoszenia prawa własności do udostępnianych dóbr⁷.

Współcześnie konsumpcja współdzielona jest ideą znacznie szerszą. Współdzielona konsumpcja jako alternatywna forma dostępu do dóbr oznacza pojawienie się nowych modeli biznesowych, które ograniczają nadmierną konsumpcję osobistą. Według Rachel Botsman współdzieloną konsumpcję można podzielić na trzy kategorie:

³ R. Belk, *Why Not Share Rather Than Own?*, „Annals of the American Academy of Political and Social Science” 611, 2007, nr 10, s. 126.

⁴ R. Belk, *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, „Journal of Business Research” 67, 2014, nr 8, s. 1595.

⁵ Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, „The Yale Law Journal” 114, 2015, nr 2.

⁶ M. Felson, J. Spaeth, *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach*, „The American Behavioral Scientist” 21, 1978, nr 4, s. 614–624.

⁷ L. Lessig, *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Press, New York 2008, s. 143.

- 1) rynki redystrybucji (mają one na celu przedłużenie cyklu życia produktu i redukcowanie odpadów);
- 2) współdzielony styl życia (dzielenie się pieniędzmi, umiejętnościami oraz czasem);
- 3) wynajem dóbr (użytkownik płaci jedynie za korzyści produktu bez konieczności posiadania go na własność; największy potencjał mają produkty używane bardzo rzadko, np. wiertarka używana średnio przez ok. 12–13 minut w ciągu całego cyklu życia)⁸.

Gospodarkę współdzielenia można określić jako systemy, które umożliwiają używanie wolnych lub częściowo wykorzystanych zasobów w ramach wspólnej konsumpcji (i nie tylko) bez konieczności posiadania ich na własność⁹. W tabeli 1 przedstawione zostały trzy kategorie uczestników transakcji w gospodarce współdzielenia: usługodawcy, użytkownicy i pośrednicy.

Tabela 1. Uczestnicy gospodarki współdzielenia

Gospodarka współdzielenia	Usługodawcy dzielący się swoimi dobrami, zasobami, czasem lub umiejętnościami (mogą to być osoby fizyczne oferujące usługi okazjonalnie lub usługodawcy zawodowo zajmujący się świadczeniem usług).
	Użytkownicy usług (osoby biorące w użytkowanie cudzą własność).
	Pośrednicy (łączą dostawców z użytkownikami).

Źródło: Opracowanie własne.

Dostęp do potrzebnych dóbr i usług może przybierać różne formy, takie jak: wynajem, pożyczanie, wspólne użytkowanie, wymiana produktów i usług, darowizna, odsprzedaż i ponowne użycie itp. W celu zapewnienia wiarygodności użytkowników serwisy pośredniczące wdrażają systemy rekomendacji, gdzie użytkownicy oceniają osoby, które współdzieliły zasoby i te, które z nich korzystają. Z tego względu można spotkać się z opinią, iż w gospodarce współdzielenia walutą jest zaufanie. Gospodarka współdzielenia znajduje coraz szersze zastosowanie w różnych dziedzinach ludzkiej aktywności. Do obszarów, w których ten rodzaj gospodarki jest najbardziej rozwinięty, można zaliczyć: transport, magazynowanie i parkowanie, turystykę, zamieszkanie, finanse, pracę, jedzenie, media, ubrania, czas wolny. Gospodarka współdzielenia może realizować cele społeczne (styl życia, subkultura, narracja), ekonomiczne (modele biznesowe) lub cele mieszane (połączenie celów ekonomicznych z celami społecznymi). Poza istotnymi zmianami w technologiach informacyjnych oraz rosnącym znaczeniu

⁸ R. Botsman, *What's Mine is Yours – the rise of collaborative consumption*, HarperCollins Publishers, New York 2010, s. 15.

⁹ G. Sobiecki, *Sharing economy. Dylematy pojęciowe*, [w:] M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki (red.), *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2016, s. 29–32.

sieci społecznościowych do czynników rozwoju nowych modeli gospodarczych oraz inicjatyw społecznych opartych na współdzieleniu i współpracy zaliczyć można również pandemię COVID-19.

2. Pozytywny wymiar pandemii w odniesieniu do usług współdzielenia

W czasie kryzysu pandemicznego można zaobserwować wiele nowych zjawisk, a jednym z obszarów, który ulega istotnym zmianom, są zachowania konsumpcyjne. Podczas pierwszej fali pandemii (marzec i kwiecień 2020 r.) Polacy obawiali się o zdrowie swoje i najbliższych. Kupowali więcej produktów, np. zdrowotnych i higienicznych, robiąc zapasy na niepewne czasy¹⁰. Jak wynika z badań Związku Przedsiębiorców i Pracodawców, pandemia uszczupliła oszczędności jednej trzeciej gospodarstw domowych. Co trzeci ankietowany przyznał, że w związku z aktualną sytuacją epidemiczną i gospodarczą musiał naruszyć zgromadzone zabezpieczenie finansowe¹¹. W drugiej połowie roku strach przed wirusem zastąpiły obawy o sytuację finansową, szczególnie w związku z zagrożeniem bezrobociem i wzrostem inflacji¹². Zaczęły zmieniać się nawyki konsumpcyjne, rezygnowano z nadmiernego konsumpcjonizmu, co przyczyniło się do mniejszego marnotrawstwa zasobów. Zaobserwowano zmiany w mentalności człowieka, który w czasie pandemii chętnie dążył do współpracy i współdzielenia dóbr i usług, umacniał zachowania pomocowe, prospołeczne, które stanowią element gospodarki współdzielenia. Tabela 2 przedstawia wybrane pozytywne i negatywne skutki pandemii istotne dla gospodarki współdzielenia.

Tabela 2. Wybrane pozytywne i negatywne skutki pandemii istotne dla gospodarki współdzielenia

Pozytywne	Negatywne
Wzrost zachowań prospołecznych oraz odpowiedzialnej konsumpcji, rozwój platform ułatwiających kontakt pomiędzy potrzebującymi pomocy a społecznością lokalną.	Tymczasowy spadek zainteresowania obszarem współdzielonej mobilności miejskiej.
Rozwój platform wymiany wiedzy i bazy wyselekcjonowanych usługodawców.	Tymczasowy spadek zainteresowania współdzieleniem miejsc noclegowych.

¹⁰ *Konsumpcja w pandemii*, K. Dębowska, M. Kolano, P. Śliwowski (współpr.), Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa, 2021, s. 16–30.

¹¹ Raport z badania *Finanse Polaków w czasie COVID-19. Jak pandemia wpłynęła na portfele i zwyczajne finanse Polaków?*, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców, <https://zpp.net.pl/wp-content/uploads/2020/11/Raport-Finanse-Polakow-w-czasie-COVID-19.pdf> [dostęp:], s. 9.

¹² M. Miniszewski, *op. cit.*, s. 16–30.

Pozytywne	Negatywne
Wzmocnienie idei <i>coworkingu</i> , <i>colivingu</i> .	Ograniczanie bezpośrednich kontaktów międzyludzkich.
Rozwój <i>crowdfundingu</i> udziałowego.	Upadek firm, które nie potrafiły dopasować modelu biznesowego do aktualnych potrzeb i wyzwań rynku.
Rozwój <i>garden sharingu</i> .	Problemy z uzyskaniem wsparcia finansowego ze strony państwa dla modeli biznesowych opartych na współdzieleniu.

Źródło: Opracowanie własne.

Pierwszym pozytywnym skutkiem pandemii jest wspomniany wzrost zachowań prospołecznych oraz bardziej odpowiedzialna postawa konsumentów¹³. W czasie pandemii powstały platformy ułatwiające kontakt między potrzebującymi pomocy a społecznością lokalną (np. PoMOST, grupa „Widzialna ręka” na Facebooku, akcja „Psyjaciele pomagają”, „Pies w Koronie” i inne). Ponadto organizowano zbiórki charytatywne dla medyków, jak na przykład „Pomoc dla pracowników służby zdrowia!” i „Posiłek dla Lekarza” na platformie internetowej zrzutka.pl czy siepomaga.pl. Zaobserwowano wiele przejawów społecznej przedsiębiorczości „widocznej” w sieci, której twórcami, a zarazem beneficjentami było szeroko rozumiane społeczeństwo, jak np. ogólnopolska akcja szycia maseczek ochronnych¹⁴. Wszystkie te działania bazowały na wzajemnym zaufaniu, które stanowi podstawę gospodarki współdzielenia. Zaufanie budowane było za pomocą systemu ocen obu stron wymiany, wystawianiu opinii, które pozwalały budować reputację wszystkim uczestnikom współdzielenia, co sprzyjało rozwojowi wymiany dóbr i usług w tym obszarze.

Kolejnym pozytywnym skutkiem pandemii jest rozwój platform wymiany wiedzy i bazy wyselekcjonowanych usługodawców. Sieć stanowiła infrastrukturę komunikacyjną i transakcyjną. Klienci coraz częściej korzystali z platform wymiany wiedzy, optymalizując w ten sposób swój czas i ograniczając koszty oraz ryzyko podejmowanych decyzji¹⁵. Odbiorca biznesowy również musi zaufać, by zlecić komuś wykonanie konkretnego dzieła, bardzo precyzyjnie dobiera on nie tylko partnerów do współpracy, lecz

¹³ Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Jak organizacje społeczne angażują się w walkę z pandemią koronawirusa?*, 2020, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/ngo-reaguje-odpowiedzialnie/> [dostęp: 29.06.2021].

¹⁴ Informacje o przeprowadzonych akcjach pochodzą ze stron: www.facebook.com, www.siepomaga.pl oraz www.zarzutka.pl [dostęp: 11.06.2021].

¹⁵ M. Hossain, *The effect of the Covid-19 on sharing economy activities*, „Journal of Cleaner Production” 280, 2021, nr P1, s. 5–9.

także w pierwszym kroku pośredników. Przykładem platformy łączącej profesjonalistów z obszaru marketingu z agencjami reklamowymi oraz freelancerami¹⁶ jest [brief4U.com](https://brief4u.com).

W czasie pandemii COVID-19 rozwinęła się również idea *coworkingu* i *colivingu*. Niektórzy właściciele punktów gastronomicznych oraz hoteli zdecydowali się na przekwalifikowanie działalności i zamiast oferowania posiłków, wynajmowali powierzchnie do wspólnej pracy biurowej np. osobom pracującym zdalnie czy samozatrudnionym. Takie oferty przedstawiali restauratorzy m.in. z Warszawy, Wrocławia, Poznania, Lublina. Ten rodzaj wynajmu – w przeciwieństwie do działalności gastronomicznej – nie był ograniczony w okresie pandemii¹⁷. Ponadto przepisy prawne w tym względzie były nawet łagodniejsze niż te obowiązujące pracodawców, którzy musieli chronić pracujących stacjonarnie (w siedzibie firmy)¹⁸.

Rozwinęła się również idea *colivingu* (szersze ujęcie *coworkingu*), która jest przeciwieństwem pandemicznej izolacji. Jest to usługa mieszkaniowa oparta na współdzieleniu, która polega na długoterminowym wynajmowaniu niewielkiej przestrzeni prywatnej w obiekcie oferującym dostęp do rozbudowanych części wspólnych. Najczęściej projekty *colivingowe* wyposażone są w dużą kuchnię i jadalnię, przestrzeń *coworkingową*, salon, taras. Poza tym oferują dostęp do różnorodnych udogodnień, np. siłowni, basenu, sali kinowej, pokoju gier czy sali konferencyjnej. Obiekty te częściowo przypominają hotele, ponieważ do dyspozycji mieszkańców są takie usługi dodatkowe jak pranie i sprzątanie, a na terenie obiektu znajdują się restauracje i kawiarnie. Całość zaprojektowana jest w sposób, który ułatwia nawiązywanie kontaktów z innymi mieszkańcami, a tym samym budowanie społeczności w ramach danej inwestycji. Wszystkiemu sprzyja indywidualna aplikacja umożliwiająca komunikację pomiędzy lokatorami, a także informowanie mieszkańców o ważnych wydarzeniach¹⁹.

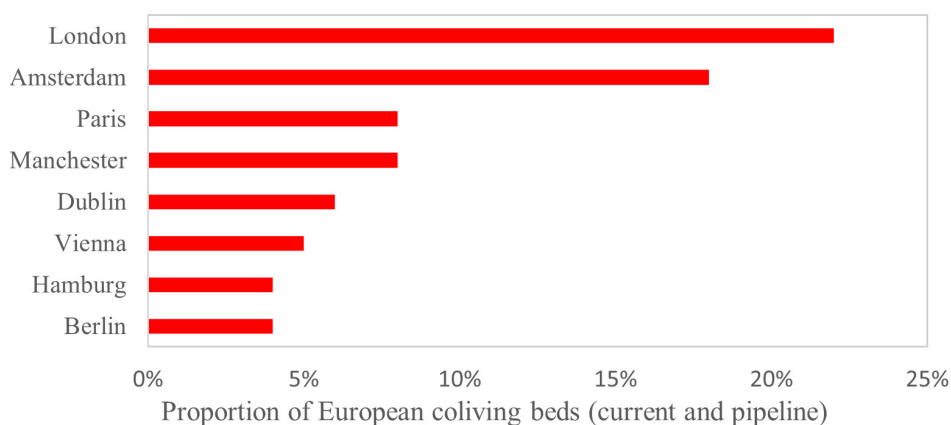
Z roku na rok *coliving* zyskuje na świecie coraz większą popularność. Najwięcej projektów *colivingowych* zlokalizowanych jest w Londynie oraz w Amsterdamie. W Polsce pojawiają się pierwsze firmy, które przyczyniają się do rozpowszechniania tej formy współdzielenia pomieszczeń. Jest to alternatywa dla tradycyjnego wynajmu, która staje się stopniowo dostępna m.in. w Warszawie, Poznaniu, Wrocławiu, Krakowie oraz Trójmieście. Wykres 1 przedstawia miasta europejskie z największym udziałem *colivingu* w 2019 r.

¹⁶ Freelancer – osoba pracująca bez etatu, najczęściej zdalnie. Realizuje projekty na zlecenie w dziedzinie, w której się specjalizuje. Freelancer może prowadzić swoją działalność, ale nie musi. Może rozliczać się z usługodawcą na podstawie umowy o dzieło (www.rynek.pracy.pl [dostęp: 13.06.2021]).

¹⁷ <https://www.coworkingpoland.pl> [dostęp: 28.05.2021].

¹⁸ Ustawa z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych, Dz. U. poz. 374.

¹⁹ *Coliving, czyli nowy trend w nieruchomościach*, <https://mojafirma.infor.pl/nieruchomosci/nieruchomosci/najem/5251668,Coliving-czyli-nowy-trend-w-nieruchomosciach.html> [dostęp: 28.05.2021].

Wykres 1. Miasta europejskie z największym udziałem colivingu w 2019 r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie JLL European Coliving Index 2019, <https://www.jll.pl/en/trends-and-insights/research/jll-european-coliving-index-2019> [dostęp: 10.06.2021].

Wzrost liczby ofert w tym obszarze może wpływać na zwiększenie konkurencji na rynku, co dalej może skutkować korzystnymi dla mieszkańców tendencjami cenowymi. Według JLL European Index z 2019 r. Warszawa znalazła się na 32 miejscu, a Kraków na 37 pod względem szans rozwoju *colivingu* w przyszłości, co przedstawia schemat 1.

Schemat 1. Rozwój colivingu w Europie

Strongest coliving fundamentals supported by scale of market activity

Market Type

No/limited market at present but conditions are in place to support the growth of the sector in the longer term

Key	Growth	Opportunity	Longer-term Opportunity
1. Amsterdam	11. Zurich	21. Lyon	31. Rome
2. London	12. Brussels	22. Liverpool	32. Warsaw
3. Copenhagen	13. Manchester	23. Barcelona	33. Lille
4. Paris	14. Dublin	24. Utrecht	34. Antwerp
5. Berlin	15. Glasgow	25. Milan	35. Marseille
6. Munich	16. Cologne	26. The Hague	36. Budapest
7. Stockholm	17. Gothenburg	27. Lisbon	37. Krakow
8. Frankfurt	18. Birmingham	28. Rotterdam	38. Seville
9. Vienna	19. Oslo	29. Madrid	39. Porto
10. Hamburg	20. Helsinki	30. Prague	40. Valencia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie JLL European Coliving Index 2019, <https://www.jll.pl/en/trends-and-insights/research/jll-european-coliving-index-2019> [dostęp: 10.06.2021].

Pomimo że *coliving* wydaje się w obecnym czasie zupełnym przeciwieństwem pandemicznej izolacji, to jednak trend współdzielenia, na którym bazuje *coliving*, nie traci na znaczeniu, a wręcz przeciwnie, za jego wzmocnieniem przemawia wzrost znaczenia pracy zdalnej, zwłaszcza wśród młodych profesjonalistów, a także niedobór domów studenckich oferujących lepsze jakościowo warunki. Poza tym model ten może zmniejszyć nasilone globalną epidemią poczucie wszechobecnej samotności, a tym samym ryzyko rozwoju chorób psychicznych i fizycznych. Dodatkowo wpływ na wzrost popularności *colivingu* będzie mieć niższa zdolność zakupowa klientów, a także niechęć do zaciągania wieloletnich zobowiązań finansowych oraz skłonność do poszukiwania elastycznych rozwiązań (przyciągnięcie talentów)²⁰. Przykładem inicjatywy *colivingu* w Polsce jest startup Colivia. W obiekcie położonym w Poznaniu mieszkańcy poza pokojem w dużym mieszkaniu otrzymują w pakiecie dostęp m.in. do wspólnej kuchni oraz sali, w której mogą pograć na konsoli czy obejrzeć wspólnie film. Ceny oscylują w granicach 700–1600 zł za pokój. Kolejne takie obiekty mają powstać w Łodzi, Wrocławiu, Warszawie i Bydgoszczy²¹.

Pandemia COVID-19 przyczyniła się również do popularyzacji różnych form finansowania społecznościowego oraz rewolucyjnej zmiany w świadomości Polaków na temat *crowdfundingu* udziałowego. Polacy masowo zaczęli organizować i chętnie finansować zbiórki w sieci na każdy cel, począwszy od charytatywnych (wspomniane wcześniej inicjatywy prospołeczne, zbiórki dla medyków, seniorów, właścicieli stoków narciarskich), poprzez biznesowe (zwiększenie liczby inwestorów w *crowdfundingu* udziałowym, inwestowanie w gry planszowe), naukowe oraz indywidualne, m.in. na realizację mniej lub bardziej wyszukanego hobby.

W tabeli 3 przedstawiono najpopularniejsze platformy *crowdfundingu* udziałowego w Polsce. W 2020 r. na platformach inwestycyjnych zebrano 76,8 mln zł, a to 125-procentowy wzrost w stosunku do 2019 r.²² *Crowdfunding* inwestycyjny został określony przez Komisję Nadzoru Finansowego jako niezależny sektor polskiego rynku kapitałowego. W 2020 r. blisko 40% emisji osiągnęło 100% zakładanego celu (niektóre z nich kończyły się sukcesem w kilkanaście minut).

²⁰ *Ibidem*.

²¹ www.colivia.co.pl [dostęp: 13.06.2021].

²² KNF spodziewa się wzrostu zainteresowania ofertami przy udziale platform crowdfundingowych, <https://www.pb.pl/knf-spodziewa-sie-wzrostu-zainteresowania-ofertami-przy-udziale-platform-crowdfundingowych-1113412> [dostęp: 29.05.2021].

Tabela 3. Najpopularniejsze platformy *crowdfunding* udziałowego w Polsce w latach 2015–2020

Nazwa platformy	Rok założenia	Liczba emisji
Crowdway	2015	dwadzieścia trzy emisje (w 2020 r. dwanaście emisji o łącznej wartości 25,6 mln zł. Suma wpłat od inwestorów społecznościowych wzrosła o 140%)
CrowdConnect	2019	dwanaście emisji
Beesfund,	2012	osiemdziesiąt emisji (w czerwcu 2021 przekroczony próg 100 emisji)
FindFunds	2016	piętnaście emisji
SmartFunds	2018	dwie emisje

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych umieszczonych na platformach Crowdway, Beesfund, FindFunds, SmartFunds oraz rozmów telefonicznych z przedstawicielami CrowdConnect.

Należy zwrócić uwagę, że rozwojowi *crowdfunding* udziałowego dodatkowo sprzyjać będzie zmiana unijnych regulacji. W listopadzie 2021 r. zaczną obowiązywać przepisy, które zwiększą limit pozyskiwanych przez spółki w ten sposób pieniędzy z 1 mln do aż 5 mln euro²³. Polski *crowdfunding* udziałowy potrzebuje czasu na profesjonalizację, ale widać już wiele pozytywnych zmian, które również przyspieszyła pandemia. Przykładowo platforma Beesfund potrzebowała ośmiu lat, aby przeprowadzić 50 emisji i ok. trzech lat, aby podwoić ten wynik w 2021 r.²⁴

Kolejnym pozytywnym skutkiem pandemii był wzrost zainteresowania ogródkami działkowymi, które stały się towarem pierwszej potrzeby oraz rozwój *garden sharingu*. W przypadku ogródków działkowych pandemia powiększyła dystans między popytem a podażą, a w większości przypadków, zwłaszcza w aglomeracjach miejskich, dostępne były tylko działki z rynku wtórnego. Głównie w dużych miastach zaczęło brakować wolnych ogródków działkowych, a te, które były wystawione na sprzedaż, okazywały się zbyt drogie. Mieszkańcy zaczęli decydować się na wynajmowanie ogródków na tygodnie, dni lub godziny od osób prywatnych, oferowanie pomocy w uprawie warzyw i owoców w zamian za wynajęcie ogródka na określony czas lub wynajmowali miejsce pod uprawę swoich warzyw, owoców w ogródku niebędącym ich własnością²⁵. Powyższe działania opierają się na idei współdzielenia przestrzeni oraz współpracy i również należą do obszaru gospodarki współdzielenia.

²³ Sz. Maj, *Equity crowdfunding nabrał dynamiki*, <https://www.pb.pl/equity-crowdfunding-nabral-dynamiki-1105263> [dostęp: 12.06.2021].

²⁴ www.beesfund.com [dostęp: 13.06.2021].

²⁵ www.pzd.pl [dostęp: 12.06.2021].

3. Negatywny wymiar pandemii w odniesieniu do usług współdzielenia

Poza pozytywnym wpływem pandemii COVID-19 na gospodarkę współdzielenia należy zwrócić uwagę również na jej negatywne skutki w tym obszarze, jak na przykład spadek zainteresowania społeczeństwa współdzieloną mobilnością miejską oraz współdzieleniem miejsc noclegowych – były to spadki bardzo duże, od kilkunastu do nawet 50%. Wynika to z faktu, że w czasie pandemii i izolacji ludzie rzadziej się przemieszczali, a ponadto obawiali się, czy zastosowano wystarczające środki sanitarne, aby zabezpieczyć ich przed zakażeniem. W trakcie pandemii najbardziej ucierpiały branże związane z zakwaterowaniem, transportem i gastronomią. Udział w koszyku wydatków w kategorii „restauracje i hotele” spadł z 7,1% do 3,8% między 2019 r. a pierwszym kwartałem 2021 r. Spadki w zakwaterowaniu sięgnęły -1,6 pkt procentowych, a w gastronomii -1,5 pkt procentowego. Okres ten cechował się też ograniczoną mobilnością – zarówno lokalną, jak i turystyczną. Przychody w transporcie zmalały z 16,7% do 13,6%, za co odpowiadały głównie mniejsze wydatki na paliwo (-1,4 pkt procentowych) czy podróże samolotem (-1 pkt procentowy)²⁶. Warto zauważyć, że mimo spadku zainteresowania współdzielonym transportem w czasie pandemii aż 45% użytkowników współdzielonej mobilności zadeklarowało, że w kolejnych sześciu miesiącach zamierza korzystać z *carsharingu* tak samo często jak do tej pory²⁷. Upadły firmy, które nie potrafiły dopasować modelu biznesowego do aktualnych potrzeb i wyzwań rynku. Przykładem firmy *carsharingowej*, która zakończyła działalność w wyniku pandemii jest Innogy Go! – jedna z największych flot samochodów elektrycznych na świecie. Firma planuje jednak w przyszłości zająć się rozbudową infrastruktury ładowania samochodów elektrycznych. Wiele podmiotów z obszaru współdzielenia mody tymczasowo zawiesiło działalność, jak Biblioteka ubrań, Ciuchowisko czy Zadzieram kiecę i lecę. Podmioty współdzielenia nie mogły również liczyć na pełne wsparcie finansowe ze strony państwa, ponieważ część nich wciąż działa w próżni prawnej.

Podsumowanie

Podsumowując, pandemia COVID-19 tylko chwilowo zachwiała rynkiem współdzielonych usług, a koronakryzys dodatkowo przekonał konsumentów do bardziej odpowiedzialnych i prospołecznych postaw, zrównoważonych decyzji oraz otwartości

²⁶ M. Miniszewski, *op. cit.*

²⁷ Fundacja Digital Poland, Raport *Pandemia a współdzielona mobilność. Stan i perspektywy polskiego rynku Mobility as a Service w obliczu epidemii SARS-CoV-2*, Warszawa, 2020.

wobec nowych modeli biznesowych opartych na współdzieleniu i współpracy. Gospodarka współdzielenia nie jest kategorią zamkniętą. To zjawisko cały czas ewoluuje i nadal będzie się rozwijało. Obecnie firmy działają w warunkach, na które nie były przygotowane, a zleceniobiorcy dopiero oswiają się z nową rzeczywistością. Przetwarzają biznesy, które będą potrafiły dostosować się do nowych warunków ekonomicznych i społecznych, dopasują swój model działania do potrzeb klientów oraz umiejętnie wykorzystają narzędzia cyfrowe w celu dotarcia do konsumentów, a także zweryfikowanych zleceniodawców. Im bardziej będziemy połączeni cyfrowo, tym gospodarka współdzielenia będzie się umacniać, co pozwoli też na dostęp do usług i towarów w zasięgu globalnym.

Bibliografia

Literatura

- Belk R., *Why Not Share Rather Than Own?*, „Annals of the American Academy of Political and Social Science” 611, 2007, nr 10.
- Belk R., *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, „Journal of Business Research” 67, 2014, nr 8.
- Benkler Y., *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, „The Yale Law Journal” 114, 2015, nr 2.
- Botsman R., *What's Mine is Yours – the rise of collaborative consumption*, HarperCollins Publishers, New York 2010.
- Felson M., Spaeth J., *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach*, „The American Behavioral Scientist” 21, 1978, nr 4.
- Hossain M., *The effect of the Covid-19 on sharing economy activities*, „Journal of Cleaner Production” 280, 2021, nr P1.
- Lessig L., *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Press, New York 2008.
- Miniszewski M., *Konsumpcja w pandemii*, K. Dębowska, M. Kolano, P. Śliwowski (współpr.), Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa 2021.
- Sobiecki G., *Sharing economy. Dylematy pojęciowe*, [w:] M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki (red.), *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2016.

Źródła

- Ustawa z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych, Dz. U. poz. 374.

Internet

www.colivia.co.pl.

Coliving, czyli nowy trend w nieruchomościach, <https://mojafirma.infor.pl/nieruchomosci/nieruchomosci/najem/5251668,Coliving-czyli-nowy-trend-w-nieruchomosciach.html>.

www.coworking.pl.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Jak organizacje społeczne angażują się w walkę z pandemią koronawirusa?*, 2020, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/ngo-reaguje-odpowiedzialnie/>.

Fundacja Digital Poland, *Raport Pandemia a współdzielona mobilność. Stan i perspektywy polskiego rynku Mobility as a Service w obliczu epidemii SARS-CoV-2*, Warszawa, 2020.

JLL European Coliving Index 2019, <https://www.jll.pl/en/trends-and-insights/research/jll-european-coliving-index-2019>.

KNF spodziewa się wzrostu zainteresowania ofertami przy udziale platform crowdfundingowych, <https://www.pb.pl/knf-spodziewa-sie-wzrostu-zainteresowania-ofertami-przy-udziale-platform-crowdfundingowych-1113412>.

Maj Sz., *Equity crowdfunding nabrał dynamiki*, <https://www.pb.pl/equity-crowdfunding-nabral-dynamiki-1105263>.

Pyszka A., *Pandemia – czas weryfikacji dotychczasowego sposobu działania*, <https://us.edu.pl/dr-adrian-pyszka-pandemia-czas-innowacji-i-zmian-modeli-biznesowych/>.

www.pzd.pl.

Raport z badania *Finanse Polaków w czasie COVID-19. Jak pandemia wpłynęła na portfele i zwyczaje finansowe Polaków?*, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców, <https://zpp.net.pl/wp-content/uploads/2020/11/Raport-Finanse-Polakow-w-czasie-COVID-19.pdf>.

www.rynekpracy.pl.

WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020, www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020.

