

SHARING ECONOMY JAKO EKONOMIA PRZYSZŁOŚCI

WPROWADZENIE

Wbrew pozorom termin *sharing economy* – wspólna konsumpcja został wprowadzony już dawno temu. W 1978 r. Marcus Felson i Joe L. Spaeth w swojej pracy pt. *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*¹ po raz pierwszy poruszyli zagadnienia z dziedziny współdzielenia swoich dóbr z innymi konsumentami. Nie zdawali sobie jednak sprawy z tego, jak bardzo dynamicznie rozwine się ekonomia współdzielenia w pierwszej i drugiej dekadzie XXI wieku. Obecnie *sharing economy* (z ang. ekonomia współdzielenia) określana jest również jako: *peer-to-peer economy, mesh, collaborative economy, collaborative consumption*. To system społeczno-gospodarczy zbudowany wokół podziału zasobów ludzkich i materialnych. Obejmuje on wspólną kreację, produkcję, dystrybucję, handel oraz konsumpcję dóbr i usług przez różnych ludzi, a także organizacje².

W artykule niniejszym opracowano wyniki badania przeprowadzonego przez międzynarodową agencję Havas Worldwide we współpracy z firmą Market Probe International. W ankiecie wzięły udział 10 574 osoby w wieku powyżej 16 lat reprezentujące 29 rynków: Argentynę, Australię, Austrię, Brazylię, Kanadę, Chiny, Francję, Niemcy, Indie, Indonezję, Irlandię, Włochy, Japonię, Malezję, Meksyk, Holandię, Polskę (502 osoby, w tym 241 mężczyzn oraz 261 kobiet), Portugalię, Portoryko, Arabię Saudyjską, Singapur, RPA, Hiszpanię, Turcję, Ukrainę, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Wielką Brytanię,

¹ M. Felson, J. Spaeth, *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*, „American Behavioral Scientist” 1978, 21 (March–April), s. 614–624.

² What is the Sharing Economy?, <http://www.thepeoplewhoshare.com/> [dostęp 4.09.2014].

Stany Zjednoczone i Wietnam³. Celem badania było lepsze zrozumienie stosunku do konsumpcjonizmu w odniesieniu do rozwoju gospodarczego i osobistego szczęścia. Próba składała się w 20% z czołowych prosumentów, a w 80% – z konsumentów głównego nurtu (typowych konsumentów).

Prosument – termin wprowadzony w 1980 r. 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 marki⁴.

Prosumenci to obecnie najbardziej wpływowe osoby, liderzy rynku. Niezależnie od ich bezpośredniego wkładu w rozwój gospodarki są oni ważni przede wszystkim dlatego, że wpływają na wybory dotyczące marek i zachowania konsumpcyjne innych osób. Dzisiejsze zachowania prosumentów zostaną przejęte przez konsumentów głównego nurtu za 6–18 miesięcy.

1. POTRZEBA NOWEGO PODEJŚCIA

Wraz z dynamicznym rozwojem sieci internetowej ludzkość uzyskiwała nowe, niedostępne dotychczas formy komunikacji. Rozwój nowych technologii oraz mediów społecznościowych bardzo dynamicznie przyspieszył powstanie nowych zależności pomiędzy ludźmi oraz markami. Nowe formy komunikacji, a także nieustanny dostęp do Internetu poprzez urządzenia mobilne, jak *smartphone'y*, tablety oraz *wearable devices* stały się katalizatorem, który znacznie przyspieszył proces powstania nowej ekonomii opartej na współdzieleniu. Bardzo ważnym elementem, który przyczynił się do rozwoju *sharing economy*, był jej początek – czyli oddolny ruch ludzi, którzy sami chcieli współdzielić z innymi (nawet obcymi) osobami różnego rodzaju dobra. W gospodarce centralnie planowanej, która odcisnęła swe piętno na polskiej gospodarce, ekonomii oraz mentalności, dobro wspólne było narzucone odgórnie, przymusowe oraz obowiązkowe. W przypadku *sharing economy* sytuacja wygląda inaczej.

Wraz z nadejściem gospodarki kapitalistycznej w ujęciu globalnym najważniejszym czynnikiem była produkcja oraz konsumpcja wyprodukowanych

³ Raport agencji Havas Worldwide pt. „Nowy typ konsumentów i gospodarka oparta na współdzieleniu”, Warszawa 2014, s. 7.

⁴ Prosument, czyli aktywny konsument, <http://internetstandard.pl> [dostęp 5.08.2014].

dóbr. Pierwsza i druga ewolucja przemysłowa pozwoliły wprowadzić nowe metody produkcji dóbr i usług oraz znacząco zwiększyć ich zasięg. Masowa migracja ludzi ze wsi do miast spowodowała, że zapotrzebowanie na nowe dobra i usługi stale rosło – każdy pragnął mieć własny dom, mieszkanie, samochód, pralkę, zmywarkę, odkurzaczy, telewizor, komputer, telefon itp. Główną siłą napędową gospodarek była konsumpcja, która wymuszała produkcję, coraz to nową i większą ilość, coraz to nowych dóbr i usług. Nie oznacza to, że nowe technologie oraz nowe przedmioty są nam zupełnie niepotrzebne – wszak ludzkość radziła sobie bez większości przedmiotów, których obecnie używamy przez wiele lat. Na pewnym poziomie rozwoju, ewolucji lub ilości posiadanego majątku możemy dojść do wniosku, że niektóre rzeczy są nam niepotrzebne lub używamy ich niezwykle rzadko – pomimo tego każdy (lub prawie każdy) z nas je posiada. Zjawisko to doskonale obrazuje rysunek 1 – ponad połowa respondentów z Polski mogłaby bez trudu obyć się bez większości posiadanych przedmiotów.

Rysunek 1

Czy mógłbyś bez trudu obyć się bez większości rzeczy, które posiadasz?



MÓGŁBYM BEZ TRUDU OBYĆ SIĘ
BEZ WIĘKSZOŚCI RZECZY,
KTÓRE POSIADAM
(RESPONDENCI W POLSCE)

Źródło: Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Wraz z dynamicznym wzrostem konsumpcji oraz produkcji na niespotykaną dotąd skalę pojawiły się nowe problemy. Nadmierna konsumpcja oraz intensywne eksploatowanie ograniczonych zasobów naturalnych stały się powodem dywagacji, czy tak dynamiczny rozwój technologii oraz przemysłu jest racjonalny i jak wpłynie on na środowisko naturalne. Zaczęto zadawać pytania o to co pozostawimy po sobie przyszłym pokoleniom. Nastąpiła era „EKO” – ekologiczne samochody, ekologiczne domy, ekologiczne produkty, etc. Firmy zaczęły przywiązywać coraz większą wagę nie tylko do tego, aby produkować dużo, tanio i efektywnie, ale również mądrze i ekologicznie. Świadomość prosumentów oraz konsumentów stale rośnie – przedsiębiorstwa widząc ten rosnący trend starają się w niego wpisywać. Zjawisko to jest jak najbardziej pozytywne – coraz więcej firm w swoją strategię wpisuje takie wartości jak CSR czy zrównoważony rozwój – *sustainable development*.

2. NOWE OCZEKIWANIA PROSUMENTÓW ORAZ KONSUMENTÓW

Można założyć, że najlepszym rozwiązaniem problemu nadmiernego konsumpcjonizmu byłoby znaczące ograniczenie wydatków. Nie jest to jednak powszechna opinia. W ludzkich umysłach konsumpcja jest powiązana nie tylko z odpadami i niszczeniem środowiska, ma również związek z miejscami pracy i stabilnością ekonomiczną – uważa się ją nawet za patriotyczny obowiązek. To oznacza poważny dylemat dla osób pragnących zerwać z konsumpcjonizmem ze względów społecznych i ekologicznych, zwłaszcza dla tych, które głęboko wierzą, że konsumpcjonizm jest niezbędny do wspierania rozwoju gospodarczego i powszechnego dobrobytu. W Polsce wśród badanych szczególnie widoczna jest korelacja pomiędzy ograniczeniem konsumpcji, a zagrożeniem miejsc pracy – taką zależność wskazało aż 71% respondentów (rysunek 2). Jak można rozwiązać ten dysonans poznawczy? Dla wielu osób kluczem nie jest ograniczenie konsumpcji, lecz postawienie na bardziej inteligentną konsumpcję⁵. Bardzo ważnym aspektem staje się nowy pogląd, iż szeroko rozumiany postęp i rozwój gospodarczy nie polega już na wytwarzaniu i konsumowaniu coraz to nowych dóbr w większych ilościach. Według badanych respondentów w próbie globalnej 88% prosumentów oraz 76% konsumentów uważa, że postęp to nie efekt zwiększenia konsumpcji, lecz poprawy jej jakości.

⁵ Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Rysunek 2

Wpływ konsumpcji na gospodarkę według badanych

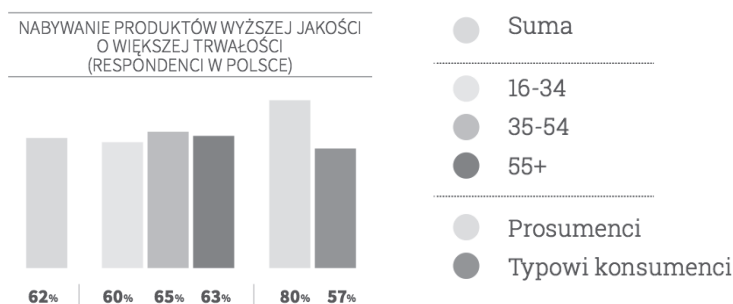


Źródło: Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Co ciekawe, na zdanie „wczoraj wyrzucałem dzisiaj odsprzedaję lub oddaję, twierdząco odpowiedziało 73% prosumentów oraz 59% typowych konsumentów w Polsce. Gdy dołączymy do tego twierdzące odpowiedzi na pytanie: czy kupując jakiś przedmiot bierzesz pod uwagę kwotę za jaką możesz go odsprzedać – 43% w grupie wiekowej 16–34 lata, 33% w grupie 35–54 lata oraz 19% w grupie 55+, to można dojść do wniosku, że młodzi ludzie są zdecydowanie bardziej otwarci na ekonomię współdzielenia.

Rysunek 3

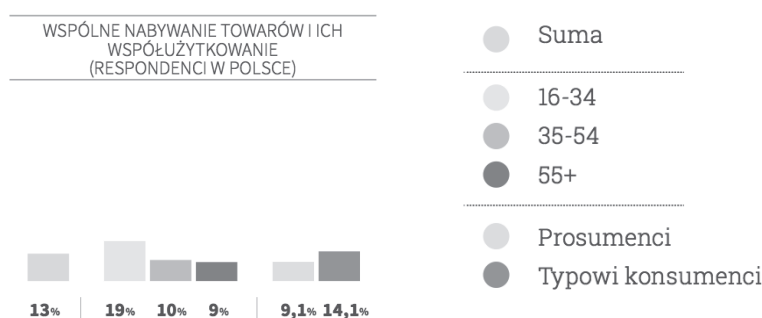
Czym dla Ciebie jest lepsza konsumpcja? Wskazanie nr 1



Źródło: Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Rysunek 4

Czym dla Ciebie jest lepsza konsumpcja? Wskazanie nr 2



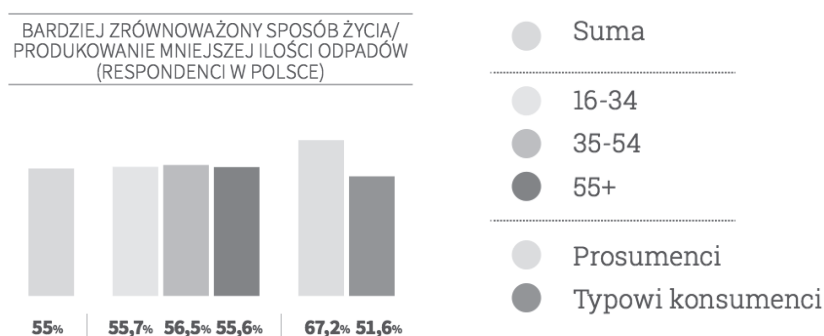
Źródło: Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Nabywanie produktów wyższej jakości o większej trwałości oraz możliwość recyklingu i zmiany przeznaczenia towarów to istotne aspekty lepszej konsumpcji dla ponad 6 respondentów na 10 z ogólnej próby. Jakość i trwałość produktów to także najważniejszy wyznacznik „lepszej konsumpcji” aż dla 80% polskich prosumentów. W publikacji „Building Brands That Matter: The Sweet Spot Between Trust and Dynamism” wskazano, że najważniejszym czynnikiem zwiększającym zaufanie klienta jest wysoka jakość. Ważne elementy sposobu postrzegania jakości wykraczają poza trwałość produktu i jakość wykorzystanych materiałów/składników i obejmują takie czynniki, jak transparentność i pochodzenie. Nowy typ konsumenta nie ufa jakości produktu, dopóki nie dowie się o nim czegoś więcej – dotyczy to pochodzenia,

producenta oraz wartości reprezentowanych przez markę. Niezwykle istotne znaczenie ma więc nie tylko długi okres użytkowania produktu (można go z czasem podarować lub odsprzedać w celu dalszego użytkowania), ale także fakt, że ma on cechy, które zapewniają mu solidną reputację. Dzięki temu klient ma pozytywny stosunek do produktu⁶. Współdzielenie przedmiotów jest bardziej popularne wśród młodszych grup wiekowych (por. rysunek 4), być może wynika to z różnic w poziomie cyfryzacji pomiędzy różnymi grupami wiekowymi. Większość serwisów opartych na współdzieleniu jest dostępnych za pośrednictwem Internetu z poziomu komputera lub urządzenia mobilnego, co automatycznie wyklucza osoby, które nie korzystają z Internetu, a wiadomo, że odsetek użytkowników Internetu maleje wraz z wiekiem.

Rysunek 5

Czym dla Ciebie jest lepsza konsumpcja? Wskazanie nr 3



Źródło: Raport agencji Havas Worldwide..., *op. cit.*

Bardzo ciekawą informacją jest odpowiedź na pytanie: „Wolę współużytkować rzeczy niż je posiadać” – w Polsce 63% wszystkich respondentów zgodziło się z tym stwierdzeniem, natomiast tylko 14% było przeciw. Pokazuje to, czego oczekują obecni prosumenci oraz konsumenci od rynku i jak widzą przyszłość. Jedno z najważniejszych pytań w badaniu agencji Havas Worldwide dotyczyło motywów korzystania z ekonomii współdzielenia, a dokładniej najbardziej atrakcyjnych jej aspektów. W próbie globalnej na pytanie, który aspekt ekonomii opartej na współdzieleniu uważasz za najbardziej atrakcyjny – uzyskano następujące odpowiedzi:

- oszczędność pieniędzy – 32%,
- poczucie, że jestem aktywny i użyteczny – 13%,

⁶ *Ibidem.*

- ograniczenie mojej konsumpcji/emisji CO₂ – 13%,
- udział w szerszym ruchu sprzeciwu wobec nadmiernej konsumpcji – 10%,
- wspieranie osób i/lub małych/niezależnych firm – 9%,
- doświadczenie czegoś interesującego/zrobienie czegoś, czego większość ludzi jeszcze nie spróbowała – 8%,
- możliwość poznania nowych ludzi – 6%.

Fakt, że prawie co trzeci respondent wskazał jako najbardziej atrakcyjny aspekt ekonomii współdzielenia oszczędność pieniędzy nie jest zaskakujący, wszak jest to pierwsza i najbardziej oczywista korzyść. Bardzo wysokim poziomem optymizmu mogą napawać kolejne pozycje oraz ich stosunkowo wysoki udział procentowy, jak: ograniczenie mojej konsumpcji/emisji CO₂ oraz udział w szerszym ruchu sprzeciwu wobec nadmiernej konsumpcji. Świadczyć to może o coraz większej świadomości prosumentów i konsumentów na temat wpływu ich decyzji konsumenckich na środowisko naturalne.

Według raportu Nielsen Company, 78% osób ufa rekomendacjom swoich znajomych, a tylko 14% ludzi ufa reklamodawcom. Reklama i marketing tracą moc perswazji i zaufania społecznego. To stawia ekonomię współdzielenia na bardzo wysokim miejscu jeżeli chodzi o zaufanie oraz o budowanie silnej wspólnoty do reklamowania marki. Jak wynika z innego badania przeprowadzonego w styczniu 2012 r. w USA przez Campbell Mithun, 60% respondentów deklaruje, że koncepcja dzielenia się dobrami jest dla nich przekonująca, a 71% korzystających z tego typu usług zamierza takie zachowania kontynuować. W Polsce natomiast już w 2010 roku firma 4p Research Mix w swoim badaniu podała, że 20% wypożyczeń w serwisie bag4rent⁷ prowadzi ostatecznie do zakupu⁸.

3. PRZYKŁADY FIRM OPIERAJĄCYCH SWOJĄ STRATEGIĘ O SHARING ECONOMY

- 1) Flightcar – firma, wynajmuje nasz samochód, który zostawimy na lotnisku lecąc na wakacje;
- 2) Zilok – serwis służący wynajmowaniu samochodów kempingowych;
- 3) bag4rent.pl – wypożyczenia luksusowych torebek w miesięcznym abonamencie;

⁷ Bag4Rent.pl to serwis, który umożliwia wypożyczenie najdroższych torebek od najlepszych światowych projektantów.

⁸ Copy paste: ekonomia dzielona – trend głównego nurtu, <http://hatalska.com/> [dostęp 3.09.2014].

- 4) Chanel – możliwość odsprzedaży używanej torebki – każda zawiera indywidualny numer identyfikacyjny;
- 5) planetazabawy.pl – wymiana zabawek dla dzieci;
- 6) taxi2 – usługa polegająca na dzieleniu się kosztami taksówki, kobiety mogą zaznaczyć, aby ich towarzyszkami podróży były wyłącznie kobiety;
- 7) green coffee – sieć kawiarni, która w zamian za książki oferuje darmową kawę;
- 8) wymiennik.org – serwis internetowy służący do wymiany dobrami i usługami;
- 9) BlaBlaCar – polski serwis carpoolingowy, polega na transporcie osób pomiędzy miastami i dobieraniu się po kilka osób do jednego samochodu, aby koszty paliwa były jak najniższe;
- 10) Airbnb – globalny serwis wyceniany na 20 mld \$, polega na wynajmowaniu własnego mieszkania innym osobom, np. na weekend;
- 11) Uber oraz Lyft – dzięki tym aplikacjom mobilnym każdy może być taksówkarzem w swoim mieście i zarabiać pieniądze, za transport innych osób. Wycena 18 mld \$, Uber jest już obecny w ponad 200 miastach, w tym również w Warszawie;
- 12) Veturillo oraz Next Bike – system służący do wypożyczania rowerów w mieście, dzięki aplikacji Next Bike można wypożyczyć rower w 14 państwach europejskich.
- 13) Car2go, MyCar oraz Zipcar – współdzielenie samochodów;
- 14) Kickstarter oraz Indiegogo – platformy crowdfundingowe, każdy może przez Internet wesprzeć finansowo proponowany przez użytkowników projekt;
- 15) Spotify oraz Deezer – platformy do stremowania muzyki w opłacie abonamentowej, oferują legalny dostęp do większości muzyki świata w zamian, za miesięczną opłatę;
- 16) wooloo.pl – polski serwis mający na celu wymianę dobra w postaci pracy;
- 17) Couchsurfing – międzynarodowy serwis do udostępniania kanapy we własnym domu ludziom, którzy podróżują;
- 18) DogVacay – serwis, w którym użytkownicy nawzajem opiekują się swoimi zwierzętami, np. podczas urlopu;
- 19) Cookisto – serwis do wspólnego gotowania potraw.

PODSUMOWANIE

1. Wśród prosumentów oraz konsumentów można zaobserwować trend przesylenia się konsumpcją dóbr i usług. Część prosumentów oraz konsumentów doszła już do wniosku, że nadmierna konsumpcja nie prowadzi do zwiększenia ich satysfakcji. Zaczynają oni w sposób otwarty stawiać sprzeciw wobec nadmiernego gromadzenia dóbr oraz zbyt dużej konsumpcji.
2. Najważniejszą korzyścią *sharing economy*, jaką widzą obecni prosumenci i konsumenci, jest oszczędność pieniędzy. Bardzo pozytywnie należy odbierać również fakt, że na drugim i trzecim miejscu stawiają oni poczucie, iż są aktywni oraz dzięki ekonomii współdzielenia przyczyniają się do ochrony środowiska naturalnego⁹.
3. Wyłania się nowy model ekonomiczny – skoncentrowany w mniejszym stopniu na posiadaniu i gromadzeniu, a w większym – na społeczności i współpracy. Wartości takie jak wspieranie lokalnych producentów, wartość dodana rzeczy używanych oraz konsumpcja oparta na współpracy zaczynają mieć coraz większe znaczenie.
4. Niewątpliwie legislacja procesów zachodzących w *sharing economy* będzie miała ogromny wpływ na jej rozwój. Państwa, które podejną w sposób bardziej liberalny od pozostałych, staną się siedzibą oraz kolebką nowej ekonomii współdzielenia. Natomiast te kraje, które będą starały się zablokować prawnie rozwój *sharing economy*, będą mogły jedynie spowolnić rozwój tego nowego ładu społeczno-ekonomicznego.
5. Wszystko wskazuje na to, że ekonomia współdzielenia będzie się stale rozwijała. W dłuższej perspektywie czasu może przyczynić się do decentralizacji kapitału oraz władzy na świecie. Może to spowodować zaburzenie obecnego porządku ekonomicznego i wprowadzić większą autonomię dla jednostek kosztem wielkich korporacji.

BIBLIOGRAFIA

Botsman R., What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Copy paste: ekonomia dzielona – trend głównego nurtu, <http://hatalaska.com/> [dostęp 3.09.2014].

⁹ M. Duron, N. Sant'Anna Torres, M. Moens de Hase, G. Monesi, *International Master in Sustainable development and CR*, Madryt, 2011, s. 156.

- Duron M., Sant'Anna Torres N., Moens de Hase M., Monesi G., *International Master in Sustainable development and CR*, Madryt 2011.
- Felson M., Spaeth J., *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*, „American Behavioral Scientist” 1978, 21 (March–April).
- <http://www.prosumer-report.com/> [dostęp 6.09.2014].
- Prosumenci, czyli aktywny konsument, <http://internetstandard.pl> [dostęp 5.08.2014].
- Raport agencji Havas Worldwide pt. „Nowy typ konsumentów i gospodarka oparta na współdzieleniu”, Warszawa 2014.
- Raport „Building Brands That Matter: The Sweet Spot Between Trust and Dynamism”.
- Raport „Inteligentna konsumpcja i rola marek w obliczu ekonomii w sam raz”.
- The Case Against Sharing, <https://medium.com> [dostęp 6.09.2014].
- Trurán D., Web 2.0, Social Entrepreneurship, IMSD 2010–2011.
- What is the Sharing Economy?, <http://www.thepeoplewhoshare.com> [dostęp 4.09.2014].

SHARING ECONOMY JAKO EKONOMIA PRZYSZŁOŚCI

Streszczenie

W artykule podjęto próbę przedstawienia nowoczesnej koncepcji ekonomii – *sharing economy*, zwanej także ekonomią kolaboracji. Według nowej zasady – dostęp jest nową formą posiadania – dostęp do usług i rzeczy staje się nową formą własności. Nie musimy już być właścicielem towarów lub usług w celu wykorzystania ich jako konsument czy użytkownik końcowy. W związku z rozwojem Internetu na całym świecie, powstały już tysiące firm, które opierają swój model biznesowy na *sharing economy*. Istnieje coraz więcej towarów i usług, których nie musimy posiadać, ale nadal możemy je używać i czerpać korzyści z ich używania. Nie ma wątpliwości, że ten nowy globalny ruch zmienia sposób, w jaki działa i w przyszłości będzie działała gospodarka. W pracy podjęto analizę obecnego globalnego trendu *sharing economy* na podstawie wyników badania przeprowadzonego przez agencję Havas Worldwide we współpracy z firmą Market Probe International. W ankiecie wzięły udział 10 574 osoby w wieku powyżej 16 lat reprezentujących 29 ryn-

ków. *Sharing economy* to obecnie bardzo szerokie pojęcie, które obejmuje nie tylko wymianę rowerów, samochodów i mieszkań, ale także wspólne działania, jak np. gotowanie. Ta nowa koncepcja dynamicznie rośnie na całym świecie, dlatego należy podjąć próbę analizy, w jaki sposób te firmy pracują i jak będą to robić w przyszłości. W artykule autor stara się przewidzieć i opisać możliwe kierunki rozwoju *sharing economy* w przyszłości, a także zagrożenia, jakie są z nią związane.

SHARING ECONOMY AS ECONOMY OF THE FUTURE

Summary

The article presents modern concepts of economics – *sharing economy* also called collaborative economy. According to the new principle, access is a new form of ownership – access to goods and services is becoming a new form of ownership. We no longer have to be owners of goods or services in order to use them as a consumer or an end user. In connection with the development of the Internet throughout the world, thousands of companies have been created that base their business model on *sharing economy*. There are more and more goods and services all over the world, which you do not need to own, but you can still use them and benefit from using these things. There is no doubt that this new global movement changes the way in which future economy will work. This paper provides an analysis of the current global trend of sharing economy on the basis of the results of a survey conducted by the agency Havas Worldwide in partnership with Market Probe International. 10 574 people aged over 16, representing 29 markets took part in the survey. *Sharing economy* is currently a very broad term, which covers not only sharing bicycles, cars and houses, but also common activities such as cooking. This new concept is growing rapidly across the world, so we should try to analyse how these companies operate and how they will work in the future. The author of the article tries to predict and describe possible trends in the development of *sharing economy* in the future and possible risks associated with it.

SHARING ECONOMY КАК ЭЛЕМЕНТ БУДУЩЕГО

Резюме

В статье предпринята попытка представить современную концепцию экономики – *sharing economy*, называемой также экономикой коллаборации. Согласно новому правилу – доступ является новой формой владения – доступ к услугам и вещам становится новой формой собственности. Мы уже не должны быть владельцами товаров и услуг с целью пользования ими как потребители либо как конечные пользователи. В связи с развитием Интернета во всём мире возникли тысячи компаний, основывающих свою модель бизнеса на *sharing economy*. Появляется всё больше товаров и услуг во всём мире, которыми мы не должны владеть, однако можем продолжать ими пользоваться и иметь от этого выгоду. Не подлежит сомнению факт, что этот новый глобальный тренд изменит способ, по которому действует и будет действовать в будущем экономика. В статье предпринят анализ современного глобального тренда *sharing economy* на основе результатов исследования, проведённого агентством Navas Worldwide в сотрудничестве с компанией Market Probe International. В анкете приняли участие 10 574 человек в возрасте от 16 лет, представляющих 29 рынков. *Sharing economy* в настоящее время представляет собой достаточно широкое понятие, которое охватывает не только обмен велосипедами, автомобилями и квартирами, но также совместные действия, такие, например, как кулинария. Эта новая концепция динамически развивается во всём мире, поэтому следует предпринять попытку анализа того, каким образом работают данные компании и как они будут функционировать в будущем. Автор статьи старается предвидеть и описать возможные направления развития *sharing economy* в будущем, а также связанную с ней угрозу.