



Nina Stępnicka

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach,
Filia w Piotrkowie Trybunalskim
Wydział Nauk Społecznych
Katedra Bezpieczeństwa Narodowego
n.stepnicka@unipt.pl

Paulina Wiączek

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach,
Filia w Piotrkowie Trybunalskim
Wydział Nauk Społecznych
Katedra Bezpieczeństwa Narodowego
paulina_bakowska@poczta.onet.pl

KONSUMPCJA WSPÓLDZIELONA – MIT CZY RZECZYWISTOŚĆ?

Streszczenie: Konsumpcja współdzielona stanowi jeden z wielu trendów o charakterze konsumenckim, jakie pojawiły się w gospodarce XXI w. i które przyczyniły się do zmiany w sposobie użytkowania dóbr. Termin „konsumpcja współdzielona” pojawił się w latach 70. XX w. i charakteryzował rutynowe zachowania konsumentów oparte na tzw. współuczestnictwie w konsumpcji. Obok wspólnej produkcji, finansów i edukacji konsumpcja współdzielona stanowi fragment wspólnej gospodarki oraz obejmuje następujące sektory: rynek redystrybucji, system użytkowania produktów i współdzielony styl życia. Perspektywy dalszego rozwoju konsumpcji współdzielonej są uzależnione m.in. od samych konsumentów, ale w szczególności od prowadzonego przez nich stylu życia, sytuacji ekonomicznej, wartości, umiejętności, jak również wspólnego działania. Celem opracowania jest odpowiedź na pytania, jakie jest miejsce konsumpcji współdzielonej w gospodarce XXI w. oraz jakie argumenty przemawiają za tym, że analizowany rodzaj konsumpcji nie jest jedynie mitem, ale staje się rzeczywistością XXI w.

Słowa kluczowe: gospodarka, konsumpcja, trend, współdzielenie.

JEL Classification: D16.

Wprowadzenie

Konsumpcja współdzielona (inaczej: wspólna konsumpcja, konsumpcja kolaboratywna; ang. *collaborative consumption*) to pojęcie związane z nowym trendem, jaki pojawił się w gospodarce XXI w. i nosi nazwę gospodarki współdzielonej, zwanej gospodarką kolaboratywną (ang. *collaborative economy*)¹.

¹ Gospodarka kolaboratywna to tzw. systemy unowocześniające tradycyjne zachowania rynkowe: wynajmowanie, pożyczanie, wymienianie, dzielenie, wymianę bezgotówkową w sposób i na

Pojęcie to zostało przedstawione już w 1978 r. przez dwóch amerykańskich profesorów University of Illinois at Urbana-Champaign: Marcusa Felsona i Joe L. Spaetha [Felson i Spaeth, 1978, s. 614-624]. Opublikowali oni artykuł na temat wspólnej konsumpcji, w którym badali codzienne, rutynowe zachowania charakteryzujące się nawiązywaniem relacji między konsumentami. To w tej pracy po raz pierwszy użyto sformułowania *collaborative consumption* [www 1].

Biorąc pod uwagę formę uczestnictwa i partycypacji w obrębie wymienionego trendu, wyróżnia się dwie zasady warunkujące ten stan. Należą do nich: zasada uczestnictwa tzw. równorzędnego dostawcy (ang. *peer provider*), który produkuje i udostępnia różne dobra do wynajęcia, podziału, wypożyczenia, oraz uczestnictwo „równorzędnego użytkownika” (ang. *peer user*), który produkuje i konsumuje dostępne usługi i produkty. Wspólna konsumpcja to zatem dostarczanie, kupowanie i wspólne używanie dóbr. Pomija produkcję fizycznych obiektów, w której ludzie dzielą zasoby i produkują oraz kreują nowe rzeczy razem, ale tworzy warunki dla umiejętności.

Celem artykułu jest odpowiedź na pytania: „Jakie jest miejsce konsumpcji współdzielonej w gospodarce XXI w.?” i „Jakie argumenty przemawiają za tym, że analizowany rodzaj konsumpcji nie jest jedynie mitem, ale staje się rzeczywistością XXI w.?”.

1. Konsumpcja współdzielona w gospodarce opartej na współpracy – geneza i charakterystyka zjawiska

Przyglądając się zagadnieniu konsumpcji współdzielonej, warto nadmienić, że koncepcja konsumpcji kolaboratywnej zyskała największą popularność w pierwszym dziesięcioleciu XXI w. wraz ze wzmożoną aktywnością ruchu *open source*. Służyła ona wówczas jako narzędzie pomocne w rozwiązaniu problemu tzw. tragedii wspólnego pastwiska (ang. *tragedy of commons*), w świetle której ludzie, działając w celu uzyskania własnej korzyści i prywatnego interesu, wykazują tendencję do marnotrawstwa zasobów [Kelly, 2014, s. 174]. Zapowiedzią dla upowszechnienia terminologii i wiedzy na temat konsumpcji kolabora-

skalę nie do zrealizowania przed epoką Internetu; inaczej ponowne odkrycie tradycyjnych zachowań rynkowych poprzez technologię. Do głównych aktywności wpisujących się w gospodarkę współdzieloną należą: możliwość wynajmowania ludziom swoich domów i niewykorzystanych przestrzeni, np. pokoi dla gości (Airbnb), pożyczanie pieniędzy nie tylko od rodziny i przyjaciół, ale od ludzi spoza społecznego kręgu (Zopa), podnoszenie rangi „wyprzedazy garażowych”, oferując dostęp do niechcianych dóbr nie tylko najbliższym sąsiadom, ale wszystkim ludziom mającym dostęp do sieci (eBay.com) i inne [www 5].

tywnej był natomiast artykuł brytyjskiego konsultanta Raya Algara pt. *Collaborative Consumption*, który został opublikowany w „Leisure Report Journal” [2007, s. 16-17]. Sama idea współdzielenia zyskała popularność dopiero trzy lata później w Stanach Zjednoczonych i była związana z ukazaniem się publikacji autorstwa Rachel Botsman i Roo Rogersa: *What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* [www 2]. Publikacja książki zbiegła się z pierwszą konferencją „TEDx” w Sydney w 2010 r. [www 3], podczas której Rachel Botsman zaprezentowała poparty wieloletnimi badaniami autorski model wspólnej konsumpcji [Roebuck, 2012, s. 80], który zdefiniowała jako „nową społeczno-ekonomiczną »wielką ideę«, która stanowi zapowiedź rewolucji w sposobie konsumpcji” [www 4].

Wspólna konsumpcja stanowi zbiór działań opartych na różnych formach tzw. współkonsumpcji i współużytkowania, czyli wspólnego zużywania dóbr i usług w celu bezpośredniego zaspokojenia ludzkich potrzeb. Analizowany rodzaj aktywności jest podejmowany zarówno przez współpracę przedsiębiorstw za pośrednictwem operatorów platform (model B2B², zwany *enterprise model*; pol. firma-firma), współpracę konsumentów z wykorzystaniem pośredników (model B2C, pol. firma-konsument³), jak również wspólne użytkowanie przez konsumentów (model C2C, inaczej P2P; ang. *consumer-to-consumer*, *peer-to-peer*, *people-to-people*; pol. „osoba do osoby”).

Wspólna konsumpcja, obok wspólnej produkcji, edukacji i finansów, stanowi jeden z segmentów wspólnej gospodarki. Relację między wspomnianymi wcześniej komponentami zaprezentowano na rys. 1.

² Zdaniem autorek właściwie zdefiniowany model relacji między przedsiębiorstwami powinien przybierać postać: B-O-B (inaczej: B2O2B). Taka postać wzoru oznaczałaby współpracę firm za pośrednictwem operatora platformy (czyli „O”). Skrót B2B odnosi się do modelu w *e-commerce*, w którym firmy dzielą się i wchodzą ze sobą w interakcje bez udziału operatora platformy.

³ Przy definiowaniu modelu B2C należałoby rozważyć, czy po stronie dostawcy dóbr będzie występowała osoba fizyczna (tj. C, ang. *consumer*) czy podmiot gospodarczy (tj. B, ang. *business*). Jeśli będzie nim konsument rozumiany jako osoba fizyczna, wówczas zastosowanie powinien znaleźć skrót: C-O-C (lub C2O2C, tj. *consumer-operator-consumer*; pol. konsument-operator platformy-konsument), w bardziej precyzyjny sposób określający relacje, jakie zachodzą w ramach analizowanej aktywności. Jeśli po stronie dostawcy dóbr znajdzie się podmiot gospodarczy, wówczas zastosowany powinien być skrót B2B2C (tj. *business-operator-consumer*, czyli firma-operator platformy-konsument).



Rys. 1. Miejsce wspólnej konsumpcji we wspólnej gospodarce

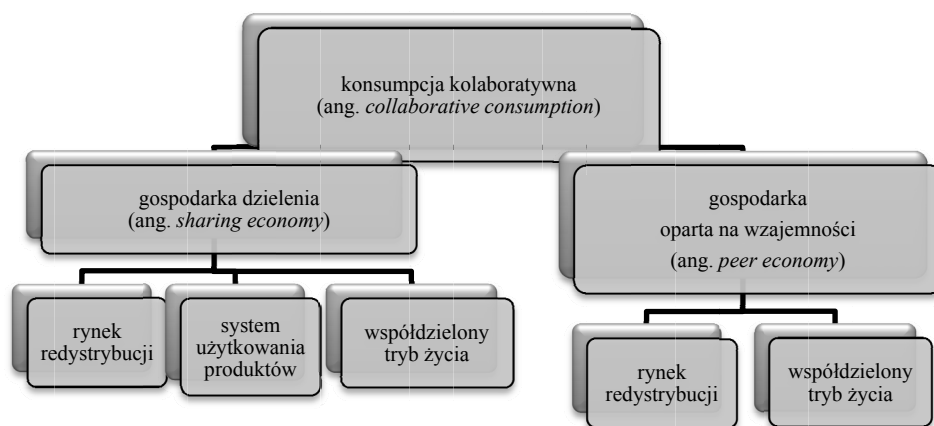
Źródło: Opracowanie własne.

W modelu wspólnej konsumpcji można wyróżnić trzy główne systemy:

1. Rynek redystrybucji (ang. *redistribution markets*), w ramach którego oferowane są odpłatnie lub nieodpłatnie przedmioty (w zależności od wykorzystywanego modelu biznesowego), używane lub nieużywane, niechciane bądź niepotrzebne poprzednim właścicielom. Uczestnikami rynku redystrybucji mogą być zarówno znajomi, jak i obcy sobie ludzie, którzy „łączą się” za pośrednictwem przeznaczonych do tego celu platform i serwisów internetowych bądź też za pośrednictwem tradycyjnych kanałów wykorzystywanych we wtórnym obiegu rzeczy, np. second-handów, targowisk etc. System ten jest charakterystyczny dla aktywności będących podstawą zarówno gospodarki dzielenia (ang. *sharing economy*), jak i gospodarki opartej na wzajemności (ang. *peer economy*).
2. System użytkowania produktów (ang. *product service system*), umożliwiający pozyskiwanie dostępu do usług i korzyści, jakie zapewniają produkty, bez konieczności ich zakupu i posiadania na własność. Konsumenci płacą jedynie za użyteczność, doświadczenia i przeżycia, jakie niesie ze sobą dane dobro. Można to wytłumaczyć, posługując się następującymi przykładami: konsumenci nie płacą za samochód, lecz za szansę dotarcia nim w określonym czasie do określonego miejsca; nie płacą za płytę DVD, lecz za możliwość obejrzenia filmu. System użytkowania produktów wydaje się być korzystny dla dwóch stron, gdyż również ci, którzy wynajmują (wypożyczają) określone przedmioty (tj. osoby prywatne lub przedsiębiorstwa), zyskują dodatkowe źródło dochodów oraz częściową rekompensatę za poniesione koszty, np. zakup samochodu.

3. Współdzielony styl życia (ang. *collaborative lifestyles*) wskazuje, że można czerpać niematerialne korzyści, wymieniając nie tylko przedmioty materialne, ponieważ zasoby, do których należą np. przestrzeń, czas, umiejętności, kwalifikacje i pieniądze, również mogą podlegać wymianie i być dzielone między konsumentami [Botsman, Rogers, 2011, s. 97 i nast.; Burgiel, 2014, s. 1010; Wardak i Zalega, 2013].

Sektorowe ujęcie uczestników biorących udział w kolaboratywnej konsumpcji (B2B, B2C i C2C) stało się podstawą do wyodrębnienia dwóch innych rodzajów aktywności w ramach dostępu i dzielenia się, mianowicie: gospodarki dzielenia się (ang. *sharing economy*) i gospodarki opartej na wzajemności, inaczej gospodarki rówieśników lub gospodarki wzajemnej (ang. *peer economy*). Wspólna konsumpcja jest modelem powiązań ekonomicznych opierającym się na wymianie o charakterze B2C i C2C (inaczej: P2P), podczas gdy *peer economy* jest modelem łączącym cechy wspólnej produkcji i wspólnej konsumpcji, ale stanowiącym odzwierciedlenie relacji o charakterze P2P, tj. między pojedynczymi osobami – użytkownikami Internetu. Model ten ułatwia udostępnianie oraz bezpośrednią wymianę (handel) produktami i/lub usługami opartą na wzajemnym zaufaniu (ang. *peer trust*). Opisywane relacje w ramach konsumpcji kolaboratywnej zaprezentowano na rys. 2.



Rys. 2. Relacje między konsumpcją kolaboratywną a innymi rodzajami aktywności opartymi na dzieleniu się

Źródło: Opracowanie własne.

W świetle różnych definicji konsumpcję współdzieloną charakteryzują [por. Bardhi i Eckhardt, 2012, s. 881; Belk, 2014, s. 1597; Botsman i Rogers, 2011, s. 15; Felson i Speath, 1978, s. 614]:

- zdarzenie, w którym jedna lub więcej osób konsumuje dobra, angażując we wspólne działania inne osoby;
- tradycyjne dzielenie się, wymiana bezgotówkowa, handel, wypożyczanie, obdarowywanie i zamienianie się;
- aktywność ludzi koordynujących akwizycję i dystrybucję zasobów za opłatą lub inną formą kompensaty (definicja ta obejmuje również wymianę bezgotówkową, handel i zamianę, które zawierają obdarowywanie i otrzymywanie kompensaty innej niż pieniężna);
- „podzbiór” konsumpcji opartej na dostępie, w której konsumenci wybierają dostęp do dóbr i zapłatę za tymczasowy do nich dostęp, a nie zakup i posiadanie rzeczy na własność.

Konsumpcja współdzielona to zatem skłonność ludzi do współpracy, pomagania innym w dzieleniu się swoim czasem oraz zasobami [Janczewski, 2017, s. 264].

2. Konsumpcja współdzielona a inne formy gospodarek XXI w.

Konsumpcja współdzielona stanowi jeden z sektorów wspólnej gospodarki. Działania typowe dla wspomnianej wyżej aktywności, tj. współkonsumpcji, współużytkowania etc., znajdują zastosowanie także w innych rodzajach (formach) gospodarek, np. gospodarce obiegowej, gospodarce daru, gospodarce P2P, gospodarce „wypożyczkowej”. Charakterystykę wybranych rodzajów gospodarek, w których można odnaleźć cechy typowe dla konsumpcji współdzielonej, zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1. Rodzaje gospodarek, w których zastosowanie ma konsumpcja współdzielona

Rodzaj gospodarki	Charakterystyka	Przykłady
1	2	3
Gospodarka dostępu (ang. <i>access economy</i>)	systemy umożliwiające zapłatę za dostęp do dóbr (możliwość dostępu), a nie posiadanie ich na własność	– uzyskanie dostępu do mediów (Netflix, Spotify) bądź samochodu (Zipcar)
Gospodarka obiegowa, gospodarka okrężna (ang. <i>circular economy</i>)	systemy skupiające się na korzyści z maksymalizowania wydajności użycia produktu, generujące najbardziej efektywne wykorzystanie zasobów poprzez uzyskanie maksymalnej wartości	– możliwość kupowania używanych przedmiotów firmy Patagonia poprzez Yerdle – możliwość przetwarzania i ponownego używania odpadów z TerraCycle lub Preserve

cd. tabeli 1

1	2	3
	z produktów będących w użyciu oraz poszerzenie ich długowieczności przez ponowne użycie pod koniec ich cyklu życia	
Gospodarka daru, gospodarka podarunkowa (ang. <i>gift economy</i>)	systemy odblokowujące wartość niewykorzystanych zasobów poprzez łączenie osób potrzebujących z osobami posiadającymi w sposób omijający tradycyjne pośrednictwo i kanały dystrybucyjne	<ul style="list-style-type: none"> – możliwość kupowania energii bezpośrednio od niezależnych producentów energii (Vandebron) – kupowanie świeżych produktów od lokalnych farmerów (Food Assembly) – możliwość wybrania i wynajęcia prawnika bezpośrednio z rynku pracy (UpCounsel) – uzyskanie „podwózki” bezpośrednio od kierowców Uber znajdujących się w pobliżu
Gospodarka fuchy, gospodarka prac dorywczych (ang. <i>gig economy</i>)	systemy, które umożliwiają i ułatwiają ofiarowywanie (obdarowywanie) dóbr bez natychmiastowej zapłaty lub oczekiwania przyszłego rewanzu, czyli postawy „coś za coś”	<ul style="list-style-type: none"> – możliwość stworzenia sieci ludzi chcących dać/dostać rzeczy za darmo (Freecycle) – obdarowywanie czasem, umiejętnościami i przedmiotami w obrębie sieci społecznej (Impossible) – kontakt z ludźmi z całego świata oferującym u siebie darmowe miejsca noclegowe (Couchsurfing)
Gospodarka na żądanie (ang. <i>on-demand economy</i>)	systemy łamiące tradycyjną firmową „pracę” na rzecz indywidualnych „występów”, prac dorywczych wykonywanych przez indywidualne osoby, które są opłacane za wykonanie zadania w określonych ramach czasowych; opisywany rodzaj gospodarki zmienia naturę pracy i relacje między pracownikiem a dostawcą, klientem i platformą pośredniczącą	<ul style="list-style-type: none"> – zapłata wykonawcom zleceń za każdą wykonaną pracę (TaskRabbit) – zapłata kierowcom za kurs wykonany na rzecz pasażera (Uber) – zapłata pracownikom za doręczenia, jakie są w stanie zrealizować (Postmates)
Gospodarka P2P, gospodarka równorzędna (ang. <i>peer economy</i>)	systemy, które łączą kupujących i sprzedających, by dostarczyć dobra od razu, gdy są potrzebne; skupione na korzyściach płynących z czasu, w jakim jest wykonywane zadanie; inaczej platformy, które bezpośrednio łączą potrzeby klienta z dostawcami w celu natychmiastowego doręczenia rzeczy lub usługi	<ul style="list-style-type: none"> – dostarczenie klientom zakupów spożywczych w ciągu godziny (Instacart) – możliwość dowiezienia alkoholu poniżej godziny (Drizly) – przyspieszenie robienia zakupów i ich dostarczenie do klienta w ciągu godziny w obrębie metropolii (Amazon Prime) – inne: Uber, Washio, Shuttlecook, DeskBeers, WunWun

cd. tabeli 1

1	2	3
Gospodarka „wypożyczkowa” (ang. <i>rental economy</i>)	systemy łączące kupujących i sprzedających, ułatwiając wymianę aktywów bezpośrednio między jednostkami (wykorzystują mechanizm P2P); inaczej system ekonomiczny zdecentralizowanych sieci i rynków, który odblokowuje wartość niewykorzystanych zasobów poprzez łączenie osób potrzebujących danej rzeczy z osobami je posiadającymi z pominięciem tradycyjnego pośrednictwa	– łączenie ludzi oferujących i poszukujących walut w celu wymiany pieniędzy (TransferWise) – łączenie rzemieślników z kupującymi szukającymi unikalnych i ręcznie robionych produktów (Etsy) – łączenie ludzi szukających „podwózek” przez codziennych kierowców oferujących swoje usługi (Lyft) – inne: Kickstarter, Vandebron, LendingClub, Quirky, TaskRabbit
Gospodarka dzielenia (ang. <i>sharing economy</i>)	systemy umożliwiające współdzielenie przedmiotów między właścicielami	– współdzielenie podręczników (Chegg) – współdzielenie sprzętu budowlanego (Getale)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [www 5].

Wskazane rodzaje gospodarek XXI w., uwzględniające systemy konsumpcji współdzielonej, to także nowe formy gospodarowania, jakie pojawiły się w związku ze zmianą paradygmatu dotyczącego własności, posiadania i użytkowania przedmiotów. Występują również sceptyczne podejścia do wspólnej konsumpcji, jak też przyszłości tego trendu. A. Dąbrowska [2013, s. 134] stwierdza, że „trudno jest dzisiaj przesądzić, czy »wspólnotowa konsumpcja« ma dalsze szanse rozwoju, bowiem będzie to zależało od samych konsumentów, ich stylu życia, wyznawanych wartości, sytuacji ekonomicznej, ale i umiejętności wspólnego działania”. Z kolei Aleksandra Burgiel zakłada, że silne pragnienie odrobienia zaległości konsumpcyjnych po czasach drastycznych ograniczeń w sferze spożycia może stanowić siłę utrudniającą wdrożenie idei wspólnej konsumpcji w Polsce. Koncepcja nie zostanie szerzej zaadaptowana, jeśli zabraknie odpowiednich postaw i motywacji, a warunki zewnętrzne nie będą sprzyjające [Burgiel, 2015, s. 154; www 4]. O ile trudno dziś stwierdzić, jaki udział ma konsumpcja współdzielona w konsumpcji zagregowanej, o tyle trudno nie uznać jej istotnej roli we współczesnej gospodarce.

Podsumowanie

O uznaniu konsumpcji współdzielonej za rzeczywistość gospodarczą XXI w. (niekiedy porównywaną do rewolucji na skalę rewolucji przemysłowej) mogą zdecydować następujące przesłanki:

1. Zauważalna od kilku lat przewaga „dostępu” nad „posiadaniem”, kojarzonym bardzo często z ciężarem. Rozwój technologiczny i cyfryzacja społeczeństwa zmieniły utrzymujące się od ponad dwóch dekad przekonanie, że posiadanie na własność jest gwarantem niezależności i stabilności materialnej.
2. Wiążąca się z powyższą przesłanką przynależność zamiast posiadania czegoś na wyłączność jako skuteczna zaporę ochronną przed skrajnym indywidualizmem i atomizacją społeczeństwa. Nowy typ konsumpcji dostarcza nie tylko korzyści wynikające z wymiany, oszczędności czy zaradności, ale także zapewnia satysfakcję z przynależenia do wspólnoty.
3. Społecznościowy charakter wymiany handlowej kształtujący zaufanie w relacjach międzyludzkich. Partycypacja we wspólnej konsumpcji wymaga wzajemnej ufności stron, gdyż transakcje w serwisach wymiany i dostępu nie przewidują umów z obszernymi merytorycznie uregulowaniami dotyczącymi zabezpieczenia przed nieuczciwymi użytkownikami. Instrumenty technologiczne stosowane przez poszczególne serwisy wymiany (rejestracja i logowanie, oceny kontrahentów etc.) przyczyniają się w pewnym stopniu do weryfikacji użytkowników; z kolei reguły te przyciągają bardziej użytkowników otwartych i zdecydowanych na relacje z innymi ludźmi.
4. Wpisanie w koncepcję zrównoważonego rozwoju. Dla większości użytkowników propagowanie idei zrównoważonego rozwoju nie stanowi celu priorytetowego, a raczej jest efektem ubocznym nowego systemu konsumpcji. Wzrastająca moda na dostęp i dzielenie się wpływa na fakt, że coraz więcej ludzi angażuje się w procesy wymiany, a tym samym (świadomie i nieświadomie) przyczynia się do ochrony zasobów i surowców, które mogą być wykorzystywane przez przyszłe pokolenia [www 5].

Konsumpcja współdzielona istnieje w rzeczywistości. Nie jest mitem gospodarczym, zaś o jej funkcjonowaniu świadczą chociażby serwisy internetowe skupiające osoby współdzielące i współużytkujące różne dobra: samochody, mieszkania, narzędzia etc.

Literatura

- Algar R. (2007), *Collaborative Consumption*, „Leisure Report Journal”, No. 4, s. 16-17.
- Bardhi F., Eckhardt G.M. (2012), *Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing*, „Journal of Consumer Research”, Vol. 39, No. 4, s. 881-898.
- Belk R. (2014), *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, „Journal of Business Research”, Vol. 67(8), s. 1595-1600.
- Botsman R., Rogers R. (2011), *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live*, Collins, London.
- Burgiel A. (2014), *Wspólna konsumpcja (collaborative consumption) jako alternatywna opcja dla konsumenta XXI wieku*, „Marketing i Rynek”, nr 8, s. 1009-1014.
- Burgiel A. (2015), *Wspólna konsumpcja jako alternatywny model spożycia i jej przejawy w zachowaniach konsumentów* [w:] E. Kieźel, S. Smyczek (red.), *Zachowania konsumentów. Procesy unowocześniania konsumpcji*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Dąbrowska A. (2013), *Konsument na rynku usług w Polsce*, Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa.
- Felson M., Spaeth J.L. (1978), *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach*, „American Behavioral Scientist”, Vol. 21, s. 614-624.
- Janczewski J. (2017), *Konsumpcja współdzielona a przedsiębiorczość*, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 13, s. 262-274.
- Kelly B. (2014), *The Bitcoin Big Bang: How Alternative Currencies Are about to Change the World*, John Wiley & Sons, New York.
- Roebuck K. (2012), *Collaborative Editing: High-Impact Strategies – What You Need to Know: Definitions, Adoptions, Impact, Benefits, Maturity, Vendors*, Emereo Publishing, Dayboro.
- Wardak P., Zalega T. (2013), *Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki*, „Studia i Materiały”, nr 1, s. 7-32.
- [www 1] <http://stapler.pl/wsrod-tubylcow/> (dostęp: 26.06.2018).
- [www 2] <http://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt/5> (dostęp: 26.06.2018).
- [www 3] <http://tedxsydney.com/site/item.cfm?item=F09DFC14C290F6C978B319A32527EF71> (dostęp: 25.06.2018).
- [www 4] <http://nowyobywatel.pl/2012/10/12/podzielmy-sie/> (dostęp: 29.06.2018).
- [www 5] <http://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt/5> (dostęp: 17.06.2018).

SHARED CONSUMPTION – A MYTH OR REALITY?

Summary: The shared consumption is one of the many consumer trends, which appeared in the economy of the 21st century and have contributed to changes in the way we use goods. The term collaborative consumption appeared in the 1970s of the 20th century and described routine consumers' behaviour based on so-called participation in consumption. Along with the joint production, finance and education, shared consumption is a part of the common economy and includes the following sectors: the redistribution market, the system of using products and a shared way of life. The perspective of the further development of shared consumption are dependent on: the consumers themselves, but in particular by their lifestyle, the economic situation, values, skills, as well as joint action.

Keywords: economy, consumption, trend, sharing.