

GOSPODARKA NARODOWA

3
(295)

Rok LXXXVIII/XXIX
lipiec–wrzesień
2018
s. 23–48

Katarzyna CZERNEK*
Dagmara WÓJCIK**
Paweł MARSZAŁEK***

Zaufanie w gospodarce współdzielenia

Streszczenie: Jednym z ważniejszych, a jednocześnie najszerzej rozpowszechnionych przejawów postępu technologicznego i upowszechniania się warunków nowej gospodarki jest tzw. gospodarka współdzielenia (*sharing economy*). Można przez nią rozumieć model społeczno-gospodarczy, oparty na oddolnych inicjatywach indywidualnych osób (relacje P2P), które odnoszą się do nie w pełni wykorzystanych zasobów, bazując na współdzieleniu realizowanym poprzez platformy technologiczne, za opłatą lub bezpłatnie. Celem artykułu jest szczegółowa charakterystyka zaufania, stanowiącego fundament i niezbywalny element gospodarki współdzielenia. Przedstawiono definicje i cechy samej gospodarki współdzielenia, a następnie – pojęcie, funkcje, a także wybrane koncepcje oraz mechanizmy budowania zaufania. Dalej dokonano konceptualizacji pojęcia tzw. zaufania intermediacyjnego, charakterystycznego dla *sharing economy*, oraz opisano mechanizmy jego budowania. Poruszono także kwestię różnic między zaufaniem a wiarygodnością. Z rozważań wynika, że zaufanie intermediacyjne jest nieodłącznie związane z gospodarką współdzielenia.

Słowa kluczowe: gospodarka współdzielenia, nowa gospodarka, zaufanie, zaufanie intermediacyjne

Kody klasyfikacji JEL: M13, O17, O33, Z32

Artykuł nadesłany 20 lutego 2018 r., zaakceptowany 25 lipca 2018 r.

* Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katedra Teorii Zarządzania; e-mail: katarzyna.czernek@ue.katowice.pl

** Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katedra Teorii Zarządzania; e-mail: dagmara.wojcik@uekat.pl

*** Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Katedra Pieniądza i Bankowości; e-mail: pawel.marszalek@ue.poznan.pl

Wstęp

Jedną z najważniejszych determinant kształtujących życie gospodarcze i społeczne zarówno w poszczególnych krajach, jak i w skali globalnej, stanowi w ostatnich dekadach postęp technologiczny. Wraz z innymi czynnikami (w tym zwłaszcza globalizacją) zmienił on diametralnie sposób prowadzenia działalności gospodarczej, organizację przedsiębiorstw i całej gospodarki oraz model funkcjonowania życia społecznego czy wzorce kulturowe [Barbrook, 2009; Barney, 2008; Castells, 2007; Thurow, 1999; Toffler, 1997].

Zmiany technologiczne, przede wszystkim w zakresie technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT), wpłynęły na pozycję konkurencyjną poszczególnych sektorów gospodarki, jak i całych państw. Skala tych zmian była na tyle znacząca, że pojawiły się głosy mówiące o ukształtowaniu się tzw. nowej gospodarki (ang. *new economy*). Wyraża się ona odmiennością procesów produkcji oraz alokacji dóbr i usług, a także zmianami w hierarchii i sposobie organizacji poszczególnych elementów danej gospodarki [Wojtyna, 2001].

Nową gospodarkę utożsamia się zazwyczaj z przejściem – wskutek wzrostu znaczenia wiedzy i informacji, rozwoju technologii ICT oraz komercjalizacji Internetu – z gospodarki przemysłowej do gospodarki opartej na technologii, z dominującą rolą usług [Gordon, 2000; Nakamura, 2000]. Traktowano ją przy tym jako zjawisko jednoznacznie pozytywne, wiążąc je przede wszystkim z okresem bardzo pomyślnego przebiegu koniunktury w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii w latach 90. ubiegłego wieku¹. Doceniając rolę nowych technologii, a także właściwych podstaw teoretycznych i „ulepszonych” ram instytucjonalnych polityki gospodarczej, głoszono erę ogólnej stabilności makroekonomicznej. Podkreślano także, że właśnie dzięki nowym technologiom możliwa była większa racjonalność podmiotów gospodarujących oraz zbliżenie poszczególnych rynków do stanu doskonałej konkurencji [Goodfriend, 2007: 47–68; Jorgenson, Stiroh, 1999].

Tym optymistycznym zapatrywaniem kres położył globalny kryzys finansowy z lat 2007–2009 oraz jego ekonomiczne i społeczne konsekwencje. Nie zahamował on jednak dalszego rozwoju nowych technologii oraz rozszerzenia zakresu ich zastosowania. Internet, technologie i urządzenia mobilne, portale społecznościowe czy platformy technologiczne rozwijają się na tyle szybko, iż mówi się nawet o rewolucji technologicznej jako kolejnej rewolucji przemysłowej [Schwab, 2016; Rifkin, 2011]. Co więcej, kryzys uwypuklił pewne dotychczas niezauważane lub pomijane aspekty, związane z rozwojem technologii. Mianowicie, wspomniana rewolucja znacząco zwiększyła skalę komunikacji międzyludzkiej [Santana, Parigi, 2015], nadając jej swoisty charakter [Fisher, 2016]. Nowoczesne technologie zmieniły przy tym zachowania

¹ Bernanke [2004] sformułował w tym kontekście słynny termin „wielkie umiarkowanie” (*great moderation*), oznaczające „wygaszanie” wahań cyklicznych.

ludzi i zwiększyły liczbę wzajemnych, często bezpośrednich interakcji pomiędzy indywidualnymi podmiotami [Gobble, 2015].

Nieco paradoksalnie, postęp technologiczny i rozwój technologii informatycznych, postrzegany w głównym nurcie ekonomii jako czynnik sprzyjający efektywności mechanizmów i relacji *stricte* rynkowych, ułatwił, czy wręcz umożliwił rozwój dóbr, usług, organizacji i form zawierania transakcji, które nie podlegają dyktatowi mechanizmu rynkowego czy rynkowym hierarchiom zarządzania. Opierają się one natomiast na bezpośrednich kontaktach i relacjach międzyludzkich. Dokonujące je podmioty kierują się, oprócz maksymalizacji własnej użyteczności, całą gamą innych celów i bodźców, często o wyraźnie pozaekonomicznym charakterze, odbiegającym od zachowania głównonurtowego *homo oeconomicus*².

Jednym z ważniejszych a jednocześnie najszerzej rozpowszechnionych przejawów opisanych tendencji, często wiązanych z tzw. postkapitalizmem [Signorelli, 2017; Mason, 2015; Drucker, 1993], jest tzw. gospodarka współdzielenia (ang. *sharing economy*). Zagadnienie to zyskało w ostatnich latach na popularności zarówno wśród praktyków, jak i naukowców. Natomiast nowe, towarzyszące „trendowi współdzielenia” zjawiska, stały się tematem intensywnej dyskusji za sprawą rynkowego sukcesu takich firm jak Airbnb czy Uber [por. np. Martin, 2016; Hern, 2015]. Zarówno badacze, jak i praktycy zaczęli dostrzegać znaczący, wyrażający się między innymi zredefiniowaniem dotychczasowego sposobu życia czy prowadzenia biznesu, wpływ współdzielenia na gospodarkę i jego następstwa [HM Government, 2015; Schor, Fitzmaurice, 2015].

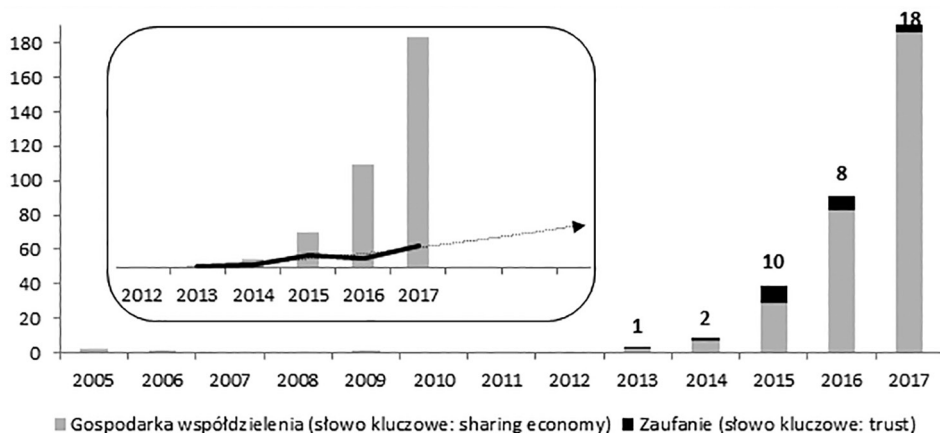
Fundamentalnym zagadnieniem w odniesieniu do *sharing economy*, ze względu na jej specyfikę, jest zaufanie. Problematykę zaufania rozpatruje się w literaturze w odniesieniu do różnych obszarów gospodarki [Mora, 2016]. W kontekście gospodarki współdzielenia zaufanie jednak badano stosunkowo rzadko (zob. wykres 1). Badania nad zaufaniem w sferze wirtualnej prowadzono wprawdzie w kontekście transakcji *e-commerce* [zob. np. Wasserman, 2013; Jøsang i in., 2007; Gefen i in., 2003], jednak – jak wykazano dalej w artykule – transakcje te i charakterystyczne dla nich zaufanie znacząco różnią się od typowych dla gospodarki współdzielenia. Co więcej, zaufanie występujące w gospodarce współdzielenia wykazuje swoiste, właściwe tylko sobie cechy [Ert i in., 2016]. Pojawia się zatem potrzeba zbadania tego typu zaufania, jak i mechanizmów, poprzez które jest ono budowane w gospodarce współdzielenia.

Celem artykułu jest konceptualizacja i szczegółowa charakterystyka zaufania typowego dla gospodarki współdzielenia. Z uwagi na wiele niejednoznaczności definicyjnych i konceptualnych występujących w literaturze przedstawiono szczegółową dyskusję definicji *sharing economy* i pojęć pokrewnych. Przedstawiono również cechy samej gospodarki współdzielenia a także pojęcie,

² Jak to ujął Mason, „niemal niezauważenie, w niszach i dziurach systemu rynkowego, całe pola życia gospodarczego zaczynają funkcjonować odmiennym rytmem” [Mason, 2015, s. xiii].

funkcje oraz wybrane koncepcje i mechanizmy budowania zaufania. Następnie dokonano konceptualizacji pojęcia tzw. zaufania intermediacyjnego, charakterystycznego dla *sharing economy* oraz opisano mechanizmy jego budowania. Poruszono także kwestię różnic między zaufaniem a wiarygodnością.

Wykres 1. *Sharing economy* versus zaufanie w literaturze – bibliometria



Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem bazy ISI Web of Science, stan na 31.12.2017.

Pojęcie gospodarki współdzielenia i konstrukty z nią związane

Gospodarka współdzielenia³ – a tym samym sam termin *sharing economy* – dopiero stosunkowo niedawno zyskały na popularności. Jak jednak podkreśla Belk [2014], sama idea współdzielenia nie jest zupełną nowością. Zjawisko współdzielenia zasobów przez ludzi sięga setek, jeśli nie tysięcy lat wstecz [Price, 1975]. Zmieniały się natomiast jego formy: współdzielenie było realizowane m.in. poprzez angażowanie się we wspólne aktywności z innymi [Felson, Spaeth, 1978], tj. spożywanie posiłków, korzystanie ze wspólnej pralni, wspólne podróżowanie czy redystrybucję dóbr (*second-hand*) [Babione, 1964]. Charakterystyczne jest, że współdzielenie, początkowo realizowane tylko – jak podkreślał Belk [2010] – między członkami rodziny czy przyjaciół, poszerzyło się z czasem także o krąg nieznanych wcześniej ludzi [Schor, 2014].

Samo współdzielenie stanowi część nurtu, jakim jest tzw. gospodarka współdzielenia, sama będąca składową jeszcze większej całości, a mianowicie tzw. gospodarki kolaboracyjnej (*collaborative economy*). W szerokim ujęciu, zjawisko to polega na przeorientowaniu modeli organizacyjnych i dystrybucyjnych, funkcjonujących w danej gospodarce. Zmiana ta wyraża się odej-

³ Termin ten w literaturze polskiej często tłumaczy się także jako „ekonomia współdzielenia”, co jednoznacznie należy uznać za błędne.

ściami od transakcji, opartych głównie na dużych, zorganizowanych strukturach rynkowych w stronę rozproszonych sieci, połączonych ze sobą jednostek i społeczności, które bazują na wzajemnym świadczeniu usług przez ludzi, współużytkowaniu, współtworzeniu, wspólnym kupowaniu, czy właśnie współdzieleniu⁴ [Rifkin, 2016; Mason, 2015].

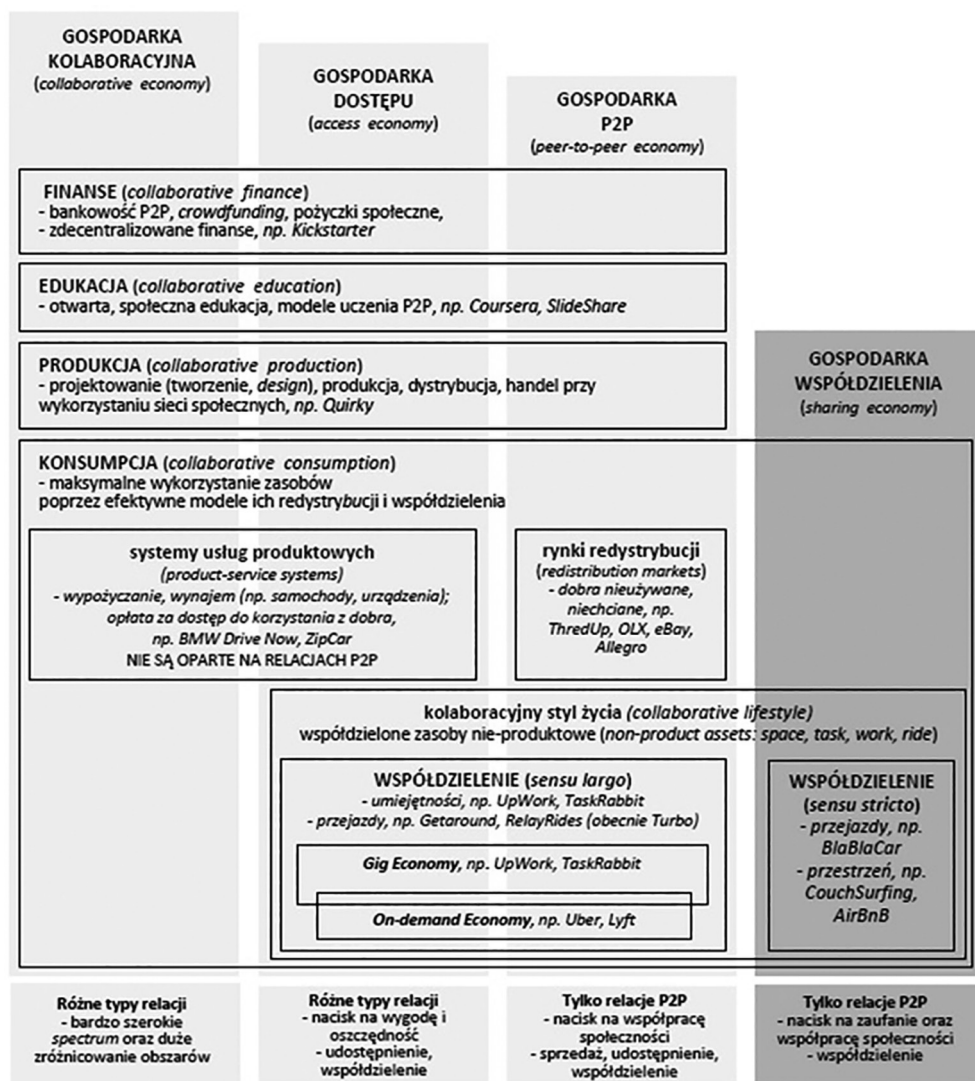
Gospodarki współdzielenia wciąż jednoznacznie nie zdefiniowano [Allen, Berg, 2014]. Powszechnie jest przy tym nieścisłe i błędne wykorzystywanie wielu terminów pokrewnych [Martin i in., 2015; Botsman, 2013], traktowanych niejednokrotnie jako jej synonimy. W literaturze występuje przy tym szerokie spektrum definicji, odnoszących się do różnych pojęć z zakresu „trendu współdzielenia”, które podkreślają różne kwestie, takie jak: odpłatną i nieodpłatną wymianę o charakterze pieniężnym lub niepieniężnym, aktywności bezpłatne lub realizowane za opłatą, uwzględniające aktywa/zasoby fizyczne (materialne) i niefizyczne (niematerialne), różne perspektywy (mikro, makro i mezo). W definicjach tych akcentuje się również zróżnicowane aspekty (np. platformy cyfrowe, technologie, dostęp, dzielenie się, współpracę) a także rozważa się różne rodzaje modeli biznesowych – B2C (*business to consumer*), B2B (*business to business*) i P2P (*peer-to-peer*) [Belk, 2010; Botsman, Rogers, 2011; Schor, 2014; PwC, 2015a]. Taki stan rzeczy sprawia, iż w literaturze granice między gospodarką współdzielenia a innymi formami dostępu do dóbr i usług zacierają się [Bardhi, Eckhardt, 2012], czyniąc konstrukt ten niejako „rozmytym”.

Niezależnie od tych zastrzeżeń, należy podkreślić, że w przypadku *sharing economy*, większość badaczy twierdzi, że tylko relacje P2P (między indywidualnymi osobami) są adekwatne dla specyfiki tego zjawiska [Frenken i in., 2015; King, 2015; Botsman, Rogers, 2011; Gansky, 2010]. Ponadto za główną cechę gospodarki współdzielenia uważa się nie w pełni wykorzystane zasoby, których wykorzystywanie ułatwia technologia [Palgan i in., 2016], a ludzie mogą z nich korzystać bez posiadania ich na własność [Eckhardt, Bardhi, 2015; Botsman, Rogers, 2011]. Z tych względów, w artykule gospodarkę współdzielenia rozumie się jako model społeczno-gospodarczy, oparty na oddolnych inicjatywach indywidualnych osób (relacje P2P), które odnoszą się do nie w pełni wykorzystanych zasobów, bazując na współdzieleniu realizowanym za pośrednictwem platform technologicznych, za opłatą lub bezpłatnie [por. Wójcik, 2017; Czernek, Wójcik, 2017].

Formułowane przez innych autorów sposoby rozumienia gospodarki współdzielenia, jej form oraz koncepcji pokrewnych zobrazowano syntetycznie na schemacie 1. Dobitnie wynika z niego, jak złożone są w odniesieniu do *sharing economy* kwestie pojęciowe. Utrudnia to dyskusję, a także powoduje wiele nieporozumień w klasyfikacjach i błędnego utożsamiania gospodarki współdzielenia z innymi, powiązanymi konstruktami.

⁴ Zjawisko gospodarki współdzielenia wykracza dalece poza aspekty czysto ekonomiczne i wiąże się ze zmianą modelu życia oraz funkcjonowania całych społeczeństw i wspólnot lokalnych.

Schemat 1. Gospodarka współdzielenia na tle pojęć pokrewnych



Źródło: Wójcik [2017].

Konstrukdami takimi są np. wspomniana już gospodarka kolaboracyjna (*collaborative economy*), gospodarka P2P (*peer-to-peer*), gospodarka uwikłana (*mesh economy*), gospodarka dostępu (*access economy*), gospodarka pracy na zlecenie (*gig economy*), gospodarka daru (*gift economy*), konsumpcja kolaboracyjna (*collaborative consumption*), czy gospodarka na żądanie (*on-demand economy*). Zjawiska te wiążą się ze sobą ściśle, ale błędem jest postrzeganie ich jako synonimów bądź różnych wariantów *sharing economy*.

Gospodarka kolaboracyjna jest pojęciem nadrzędnym w stosunku do pozostałych [Botsman, 2013]. Opiera się na sieciach dystrybucyjnych połączonych ze sobą jednostek indywidualnych, które tworzą społeczności, stanowiące opozycję do scentralizowanych instytucji. *Collaborative economy* obejmuje kilka obszarów: produkcję (*collaborative production*), konsumpcję (*collaborative consumption*), finanse (*collaborative finance*) i edukację (*collaborative education*) [Botsman, 2016]. Jest to zatem pojęcie znacznie szersze od gospodarki współdzielenia [Heo, 2016].

Gospodarka P2P (*peer-to-peer economy*) jest pojęciem podkreślającym przede wszystkim relacje pomiędzy indywidualnymi osobami, wykorzystującymi platformy technologiczne do wynajmu, sprzedaży, pożyczania czy dzielenia rzeczy z innymi, bez zaangażowania instytucji pośredniczących (sklepów, banków, agencji) [Stokes i in., 2014]. Gospodarka P2P obejmuje zatem tylko część gospodarki kolaboracyjnej. Nie zawiera bowiem uwzględnianych w tej ostatniej bardziej tradycyjnych elementów ani też innych modeli relacyjnych (np. B2C, B2B czy C2B). Gospodarka P2P jest jednak zjawiskiem szerszym niż gospodarka współdzielenia.

Węższy jest natomiast zakres tzw. gospodarki uwikłanej (*mesh economy*). Koncentruje się ona na sposobie wykorzystywania technologii cyfrowych, by umożliwić ludziom dostęp do dóbr i usług. Ten typ gospodarki polega na aktywnościach „ulicznych” i budowaniu nieformalnych kanałów komunikacji dla prowadzenia codziennych transakcji pomiędzy indywidualnymi osobami. *Mesh economy* nawiązuje do technologii, które w głównej mierze mediują społeczne interakcje czy sieci, tworzone przez osoby o raczej niższych dochodach, a także osoby prowadzące małe biznesy czy oferujące drobne usługi lokalnie [Gansky, 2010].

Gospodarka dostępu (*access economy*), skupia się na jednej z cech gospodarki kolaboracyjnej – dostępie, traktowanym jako alternatywa dla własności. Obejmuje ona m.in.: wymianę miejsc noclegowych (*co-housing*), dzielenie miejsc w samochodzie (*car-sharing*), czy współdzielenie pracy (*co-working*), wiążące ją z gospodarką współdzielenia. Nie uwzględnia się tu już jednak m.in. redystrybucji dóbr, kolaboracyjnej produkcji, wspólnego kupowania, ponownego użycia, odsprzedaży czy recykulacji. Nie rozpatruje się tu także bardziej zaawansowanych, profesjonalnych typów aktywności, tj. wzajemnych ubezpieczeń społecznościowych, *crowdfunding*, pożyczek społecznościowych, czy działań wpisujących się w koncepcję inteligentnego miasta (*smart city*) [Stępnicka, 2016; Nam, Pardo, 2011]. Zatem gospodarka dostępu również stanowi pojęcie węższe niż gospodarka kolaboracyjna. Natomiast od gospodarki współdzielenia odróżnia ją to, iż obejmuje ona więcej modeli relacji niż tylko te o charakterze P2P, a także kładzie nacisk przede wszystkim na oszczędność i wygodę [Denning, 2014]. Innymi słowy, gospodarka współdzielenia stanowi tylko pewien moduł gospodarki opartej na dostępie (schemat 1).

Gospodarka pracy na zlecenie (*gig economy*) opisuje pewien podzbiór gospodarek: kolaboracyjnej, dostępu i P2P. Odnosi się ona do platform technologicznych, dostarczających z jednej strony elastyczną pracę [De Stefano,

2015], wiązaną często z rynkiem dzielenia zadań (np. TaskRabbit), a z drugiej – usługi „na żądanie” (*on-demand economy*), m.in. w zakresie przewozów (np. Lyft, Uber). Z kolei gospodarka daru (*gift economy*) akcentuje głównie poprawę jakości życia, zarówno jednostki, jak i całego społeczeństwa [Cheal, 2015; Kania, 2015]. Towary i usługi przekazuje się tu bez żadnej umowy co do określonej płatności czy wzajemnej wymiany. W gospodarce daru akcentuje się bowiem altruizm i jego rolę w budowaniu więzi społecznych. Znaczenie mają także motywy prośrodowiskowe, związane ze zwracaniem uwagi na niedobory zasobów oraz chęć samodoskonalenia się. Znamienne, iż dar po akcie darowania staje się własnością osoby obdarowanej. Odróżnia to tę formę gospodarki od *sharing economy*, gdzie zakłada się współdzielenie zasobów, wykluczając jednak przeniesienie własności [Wójcik, 2017].

Konsumpcja kolaboracyjna nawiązuje do społeczności opartych na relacjach P2P oraz wykorzystania platform technologicznych, dzięki którym ludzie „łączą się, by dzielić i wymieniać nieproduktowe zasoby, tj.: czas, przestrzeń czy umiejętności” [Albinsson, Perera, 2012: 306]. Kategoria ta obejmuje np.: dzielenie się ogrodami (np. SharingGardens), gruntami (np. LandShare), przestrzenią do pracy, talentami, umiejętnościami, czy pasjami (np. GrubWithUs). Konsumpcja kolaboracyjna obejmuje trzy moduły, a mianowicie: (1) system usług produktowych (*product-service system*), (2) rynki redystrybucji (*redistribution markets*) oraz (3) tzw. kolaboracyjny styl życia (*collaborative lifestyle*). Jak podkreślają Laamanen i in. [2015], gospodarkę współdzielenia rozpatruje się tylko przez pryzmat jednego – trzeciego – z nich.

Cechy gospodarki współdzielenia

Większa zgodność niż w kwestii definicji istnieje w literaturze w zakresie cech gospodarki współdzielenia. Uznaje się, że choć posiada ona pewne cechy „tradycyjnej” gospodarki – takie jak dążenie do osiągnięcia zysku czy do maksymalizacji użyteczności⁵ – to jednak cechuje się pewnymi dodatkowymi elementami. Mianowicie wyróżnik stanowi przede wszystkim samo współdzielenie, leżące u podstaw koncepcji *sharing economy*. Zjawisko to stanowi odzwierciedlenie coraz mocniej zarysowującego się w społeczeństwach poszczególnych krajów rozwiniętych podejścia, według którego „dostęp jest lepszy od posiadania” (ang. *access is better than ownership*). Podejście takie rozpatruje się jako swoistą oznakę „zmęczenia” konsumpcjonizmem i próby ograniczania zaangażowania w intensywne, hierarchiczne relacje rynkowe [Mason, 2015; Rifkin, 2016].

Cechy te wymienia również Sundararajan [2016], podkreślając jednocześnie, iż nie implikują one jednak, że *sharing economy* w ogóle nie wykorzystuje mechanizmów rynkowych. Autor ten wskazuje również na takie jej właści-

⁵ Współdzielenie nie oznacza bowiem altruizmu czy zupełnej bezinteresowności. Motyw zysku czy szukania oszczędności jest nieodłączną częścią *sharing economy* [por. np. Eckhardt, Bardhi, 2015].

wości jak: zagospodarowywanie/wykorzystywanie dotychczas nieużywanych zasobów, zacieranie się – patrząc z perspektywy użytkownika usług – różnicy między profesjonalnymi oferentami usług czy poleganie na rozległych sieciach społecznych. W tym ostatnim kontekście autor ten używa określenia „kapitalizmu opartego na zbiorowości” (ang. *crowd-based capitalism*). Koresponduje to z poglądami Masona [2015], postrzegającego *sharing economy* jako zjawisko reprezentowane dla nowej fazy rozwoju systemów gospodarczych, jaką jest postkapitalizm, z jego nastawieniem na niehierarchiczne, oddolnie organizujące się społeczności i sieci transakcji.

Kolejną, immanentną cechą gospodarki współdzielenia jest kluczowa rola nowoczesnych technologii, umożliwiających funkcjonowanie poszczególnych segmentów *sharing economy*. Można wręcz uznać, że bez postępu technicznego gospodarka współdzielenia nie rozwinęłaby się. Sundararajan [2016] ściśle wiąże jej rozwój z pojawieniem się iPoda jako pierwszego zakończonogo sukcesem uplasowania na rynku – na masową skalę – innowacyjnego produktu, skierowanego przede wszystkim do konsumentów⁶ a nie do struktur biznesu czy sektora rządowego. Zdaniem tego autora od tej pory większość najważniejszych innowacji (iPhone, iPad, Facebook) była już ukierunkowana właśnie na klientów indywidualnych.

Niewątpliwie nowoczesne technologie wpływają na skalę współdzielenia [Cohen, Kietzmann, 2014] oraz jego popularyzację w różnych obszarach [Sustainable Economies Law Center, 2013]. Charakterystyczne jest przy tym, że rozwój *sharing economy* w poszczególnych sektorach gospodarki nie przebiega równomiernie. Na przykład obszarem o szczególnie wysokiej dynamice rozwoju gospodarki współdzielenia jest sektor turystyczny [PwC, 2015a; Pizam, 2014]. Wśród platform technologicznych, działających w jego zakresie, można wyróżnić Airbnb, CouchSurfing czy BlaBlaCar. Platformy te przyczyniły się do rozwoju sieci P2P na niespotykaną wcześniej skalę, ułatwiając współdzielenie nawet między nieznanymi, obcymi ludźmi. Uwzględniwszy ten aspekt, współdzielenie w oczywisty sposób wiąże się zarówno z niepewnością, jak i ryzykiem, co sprawia, iż wagi nabiera tu zaufanie.

Właśnie znaczenie i rola zaufania stanowi następną – sygnalizowaną już – kluczową cechę gospodarki współdzielenia. Jak podkreśla Rifkin, *sharing economy* stanowi typ gospodarki „dużo bardziej zależny od kapitału społecznego niż rynkowego (...) funkcjonuje ona bardziej dzięki zaufaniu społecznemu, niż anonimowym siłom rynku” [Rifkin, 2016, s. 258]. Fundamentalne znaczenie oraz specyficzne definiowanie i rozumienie zaufania w gospodarce współdzielenia podkreślali także Sundararajan [2016] czy Tussyadiah [2016].

Charakterystyka zaufania typowego dla *sharing economy* stanowi cel artykułu, stąd zagadnieniu temu będzie poświęcona dalsza jego część. Przed przedstawieniem specyfiki zaufania w gospodarce współdzielenia należy jednak,

⁶ W tym kontekście z czasem upowszechniło się wprowadzone przez Tofflera [1997] pojęcie „prosumenta”.

dla większej jasności rozważań, syntetycznie przedstawić podstawowe kwestie związane z zaufaniem *per se*.

Zaufanie – pojęcie, funkcje, rodzaje

Zaufanie jest zagadnieniem tradycyjnie kojarzającym się z takimi naukami społecznymi jak socjologia czy psychologia. W ostatnich dekadach można jednak zaobserwować wzmożone zainteresowanie problematyką zaufania również na gruncie ekonomii⁷. Zaufanie jest problemem złożonym, trudnym do operacjonalizacji i zdefiniowania. Z tego względu w literaturze nie zawsze definiuje się je i przedstawia w sposób spójny [Sztompka, 2007; Hosmer, 1995; Lewis, Weigert 1985; Barber, 1983]. Problemy z konceptualizacją i jednoznacznym zdefiniowaniem zaufania wynikają przede wszystkim z tego, że istnieje wiele jego rodzajów, źródeł oraz wymiarów czy poziomów. Stosunkowo często poszczególne aspekty zaufania zazębiają się, co dodatkowo komplikuje rozważania na jego temat.

Najogólniej można stwierdzić za Simmelem [1975], iż zaufanie zajmuje miejsce pośrednie pomiędzy wiedzą a niewiedzą o człowieku, a zatem jest pewną hipotezą o jego zachowaniu. Postrzega się je także w kategoriach pozytywnych oczekiwań wobec drugiej strony [Lewicki i in., 1998]. Zaufanie oznacza gotowość do podejmowania działań, opartą na oczekiwaniu, że ludzie i podmioty będą działać w sposób dla nas korzystny [Krzyminiewska, 2003; Yamagishi, Yamagishi, 1994]. Zaufanie składa się z trzech elementów [Hardin, 1988]: 1) osoby obdarzającej zaufaniem; 2) osoby, której się ufa oraz 3) relacji między tymi osobami, czyli A ufa B, że ten wywiąże się z danej powinności. Oznacza to, iż zaufanie jest zjawiskiem relacyjnym, tj. zawsze odnosi się do relacji między określonymi podmiotami.

Jak twierdzą Stein i Harper [2003], zaufanie jest ważne, aby zrozumieć świat, funkcjonowanie podmiotów, procesy podejmowania decyzji oraz relacje społeczne. Niewątpliwie, czynnik ten pełni wiele użytecznych funkcji, będąc jednym z kluczowych zasobów w rozwoju nowoczesnych społeczeństw [Nunkoo i in., 2012; Freitag, Bühlmann, 2009; Putnam, 2008]. Zwłaszcza zaufanie służy redukowaniu konfliktów i ryzyka w transakcjach, wzmacnia satysfakcję, podnosi zaangażowanie partnerów w wymianę [Morgan, Hunt, 1994], kreuje „dobrą wolę” (ang. *goodwill*), która „zabezpiecza” relację [Nielsen, 2011; Kumar, 1996], a także aktywizuje podmioty do podejmowania różnych działań [Zaheer i in., 1998; Gulati, 1995].

Sztompka [2007], porządkując problematykę funkcji zaufania, twierdzi, że w życiu społeczno-gospodarczym pełni ono trzy podstawowe funkcje. Po pierwsze, motywuje do aktywności i podejmowania różnych działań. Po drugie, zbliża ludzi, skłaniając ich do nawiązywania kontaktów, a także

⁷ Można zatem uznać, że stanowi to swoiste przeciwieństwo imperializmu ekonomii opisywanego przez Lazeara [2000].

wyzwała otwartość oraz spontaniczność. To zaś z kolei pobudza kreatywność i innowacyjność. Po trzecie, zaufanie pozwala zmniejszyć skalę kosztów transakcyjnych, związanych z permanentnym kontrolowaniem, sprawdzaniem, egzekwowaniem czy wymuszaniem określonych zachowań. Podobny pogląd prezentuje Putnam [2008], utrzymując, iż zaufanie obniża koszty transakcyjne, zarówno te dotyczące funkcjonowania w życiu codziennym, jak i te związane z zawieraniem umów w świecie biznesu. Wspólnoty opierające się na zaufaniu (ang. *trusting communities*), przy zachowaniu innych warunków niezmiennych, odnoszą z tego wymierne korzyści ekonomiczne.

W literaturze wymienia się wiele koncepcji zaufania. Najbardziej ogólna klasyfikacja pozwala wyróżnić tzw. zaufanie uogólnione (anonimowe) będące zaufaniem *a priori* oraz zaufanie relacyjne (interpersonalne). Zaufanie uogólnione jest regułą kulturową rozpowszechnioną w danej zbiorowości [Sztompka, 2007]. Williams [2000] nazywa je zaufaniem rozproszonym, w którym podmiotem zaufania jest tzw. „uogólniony inny”, a zatem osoby, od których dzieli jednostkę relatywnie duży dystans społeczny. Zaufanie uogólnione może być zatem różne w różnych społeczeństwach ze względu na inne uwarunkowania historyczne czy kulturowe. Zaufanie interpersonalne występuje natomiast między konkretnymi osobami.

Różnorodność występuje także w zakresie postrzegania mechanizmów (nazywanych niekiedy także wymiarami) budowania zaufania⁸. W kontekście zaufania typowego dla *sharing economy* na szczególną uwagę zasługują mechanizmy budowania zaufania relacyjnego, a mianowicie – mechanizmy: kalkulacji, predykcji oraz wykorzystania więzi emocjonalnej [Lewicki, Bunker, 1996; McAllister, 1995]. Działanie tych mechanizmów, już *stricte* w odniesieniu do zaufania w *sharing economy*, scharakteryzowano szczegółowo w dalszej części artykułu. W pierwszej jednak kolejności na omówienie zasługują swoiste cechy zaufania obecnego w gospodarce współdzielenia.

Cechy zaufania w gospodarce współdzielenia i jego konceptualizacja

Jak już sygnalizowano, zaufanie jest jednym z czynników niezbędnych zarówno dla istnienia, jak i rozwoju gospodarki współdzielenia. W gospodarce tej zaufanie cechuje się swoistymi właściwościami, które nie występują (lub występują tylko w niewielkim zakresie) w innych sferach życia gospodarczego.

Typowe dla zaufania interpersonalnego w gospodarce współdzielenia jest to, że odnosi się ono do całkowicie obcych ludzi. W „tradycyjnych” środowiskach znanych społeczności występuje pewien poziom zaufania, weryfikowany przez przyzwyczajone czy prospołeczne zachowania. Implikuje to, że trudno nabrać zaufania, nie znając drugiej osoby, a sam zakres jego budowania jest ograniczony terytorialnie i kulturowo. Inaczej wygląda to w gospodarce współdzie-

⁸ Jak twierdzą Huxham i Vangen [2013], budowanie zaufania jest cyklicznym procesem, w którym podstawę jego rozwoju stanowią pozytywne rezultaty.

lenia, gdzie zaufanie wychodzi daleko poza ramy dotychczas znanej i ukonstytuowanej społeczności. Jest ono przy tym budowane wśród niezajomych, którzy nie mieli ze sobą kontaktu nigdy wcześniej⁹.

W takiej sytuacji, jak podkreśla Weiner [2016], zaufanie staje się czynnikiem kluczowym. Według niej jeszcze dwadzieścia lat temu ludzie bardzo niechętnie podchodzili do sytuacji, w których obcy ludzie śpią w ich domach podczas ich nieobecności, czy prowadzą należące do nich samochody w zamian jedynie za obietnicę zapłaty¹⁰. Nastawienie takie jednak zmieniło się, gdyż gospodarka cyfrowa – bazująca na technologiach ICT – wytworzyła swoistą sieć powiązań między obcymi podmiotami, którym można zaufać. Współcześnie, o czym już była mowa, ludzie decydują się na podróże z obcymi (np. Bla-BlaCar), czy zapraszają innych do swoich prywatnych mieszkań (np. Airbnb, CouchSurfing). Zarówno skala, jak i satysfakcja, związana z zaangażowaniem w alternatywne formy podróżowania, są determinowane właśnie przez zaufanie [Möhlmann, 2015; Heo, 2016].

Gospodarka współdzielenia ujawnia zatem – a częściowo i sama generuje – nowe zachowania społeczne, które wcześniej były albo nie do wyobrażenia, albo powszechnie uważane za nierozsądne, czy wręcz ryzykowne. Można więc zgodzić się z Tanzem [2014], że *sharing economy* oprócz przełomu gospodarczego, wywołuje też przełom społeczno-kulturowy.

Z tą pierwszą cechą ściśle wiąże się następna, a mianowicie brak kontaktów interpersonalnych na początkowym etapie, tj. podejmowania decyzji o współdzieleniu. Sytuacja jest tu więc inna niż w transakcjach zawieranych bezpośrednio, poprzez kontakt *face-to-face*, gdzie zaufanie odnosi się do osób poznanych osobiście (nawet jeśli nie znały się wcześniej). Niewątpliwie taka bezpośredniość pomaga ocenić rzetelność czy wiarygodność partnera. W gospodarce współdzielenia bezpośrednie interakcje nie towarzyszą jednak zawieraniu transakcji. W tej sytuacji zaufania nie można budować czy wzmacniać poprzez bezpośrednie interakcje, czy spotkania twarzą w twarz [Rostek, Zalega, 2015]. Proces ten zyskuje zupełnie inne podstawy niż w „realnym” świecie bezpośrednich interakcji. Ważną rolę odgrywają zwłaszcza relacje pośrednie w społeczności wirtualnej¹¹ [Grabner-Kräuter, Kaluscha, 2008].

Trzecia właściwość zaufania w gospodarce współdzielenia wynika z tego, że *sharing economy*, oprócz opisanego etapu „zawierania transakcji”, obej-

⁹ Co więcej, w gospodarce współdzielenia w wielu przypadkach (np. w odniesieniu do sektora turystycznego) usługi muszą być najpierw zakupione, a weryfikacja ich jakości czy rzetelność jest odroczone do czasu ich konsumpcji. Użytkownik dopiero w miejscu docelowym może przekonać się, czy zakupione przed wyjazdem dobra i usługi spełniają jego oczekiwania, bowiem nie ma możliwości ich wcześniejszego „przetestowania”. Oznacza to, iż w takim ujęciu, wzajemne zaufanie odgrywa jeszcze większą rolę.

¹⁰ Właśnie w braku zaufania doszukiwano się przyczyn kryzysu, który dotknął wspólne przejazdy w USA. W społecznej świadomości podróż z kimś obcym wciąż wydawała się bowiem niebezpieczna [Słupińska, 2015].

¹¹ Tu po raz kolejny uwidacznia się znaczenie, jakie dla *sharing economy* mają nowoczesne technologie.

muje także rzeczywiste uczestnictwo we współdzieleniu (sfera realna). Udział taki niejako wymusza bezpośredni kontakt zachodzący w realnym świecie (np. Airbnb, CouchSurfing, BlaBlaCar). Oznacza to, iż zaufanie w gospodarce współdzielenia niesie ze sobą nie tylko ryzyko strat finansowych – jak w innych transakcjach P2P realizowanych na rynku redystrybucji czy np. w typowych transakcjach *e-commerce* (np. Allegro, eBay, OLX) – ale także ryzyko krzywdy fizycznej, czy w skrajnych przypadkach nawet utraty życia (ang. *life risk*) [Kamal, Chen, 2016].

Kolejną cechą zaufania obecnego w gospodarce współdzielenia jest to, że stanowi ono swoisty ekwiwalent pieniądza w transakcjach w obrębie *sharing economy*. W tradycyjnym ujęciu za usługi stanowiące przedmiot transakcji trzeba zapłacić. Taka opłata pozwala ograniczyć ryzyko nierzetelnego wywiązania się z umowy. W kontekście gospodarki współdzielenia, zwłaszcza w odniesieniu do usług świadczonych w formie bezpłatnej, to właśnie zaufanie stanowi ekwiwalent takiej opłaty. Niewywiązanie się z umowy skutkuje utratą zaufania, co z kolei ograniczy, bądź nawet wyeliminuje możliwości uczestnictwa we współdzieleniu. Zachowania mogące narazić zaufanie na szwank powinny być zatem postrzegane jako nieopłacalne dla zaangażowanych w daną transakcję podmiotów. Stąd Botsman i Rogers stwierdzają wręcz, że „gospodarka współdzielenia korzysta z zupełnie innej waluty niż pieniądź” [Botsman, Rogers, 2010: 16].

Uwzględnwszy to można uznać, że zaufanie występujące w gospodarce współdzielenia stanowi zupełnie nową, odrębną kategorię. W kontekście przedstawionych cech można mówić o nowym, odmiennym typie pośrednictwa, o charakterze społecznym i wzajemnym, z wykorzystaniem platformy technologicznej. Zdaniem autorów niniejszego artykułu zaufanie typowe dla *sharing economy* można nazwać zaufaniem intermediacyjnym. Podejmując próbę jego zdefiniowania można przyjąć, że zaufanie intermediacyjne polega na tym, że indywidualne osoby podejmują decyzje o zaangażowaniu we współdzielenie na kanwie opinii oraz doświadczeń wyrażanych przez innych jego uczestników. Jest to przy tym specyficzny rodzaj zaufania, które w pewnym sensie jest wzajemnie-mediowane [Theodorakopoulos, Baras, 2006; Corritore i in., 2003] w społeczności, przy pośrednictwie określonej platformy technologicznej¹². W takim ujęciu zaufanie w gospodarce współdzielenia można rozpatrywać jako kategorię hiperkognitywną – referencje i opinie określonych społeczności (wyrażone na platformach technologicznych) potęgują wagę

¹² Należy podkreślić, że platformy mogą do pewnego stopnia ingerować w relację między ich użytkownikami, w tym w proces budowania zaufania. Stopień tej ingerencji jest jednak zróżnicowany – od żadnego (np. Bla Bla Car) do dość dużego (jak np. Airbnb). W związku z tym, że celem artykułu jest przedstawienie istoty zaufania intermediacyjnego (jego najważniejszych cech, funkcji czy mechanizmów budowania), ta kwestia nie jest tu przedmiotem szerszych rozważań. Autorzy mają jednak świadomość ważnej roli, jaką w przypadku zaufania intermediacyjnego odgrywają platformy technologiczne.

czynnika poznawczego. To zaś ma w efekcie służyć podjęciu decyzji o ewentualnym zaangażowaniu (lub nie) we współdzielenie.

Mechanizmy budowania zaufania intermediacyjnego

Za swoistą cechę zaufania intermediacyjnego można uznać również sam proces jego budowania. Tworzenie i umacnianie tego zaufania przebiega na podstawie innych, zmodyfikowanych mechanizmów. Nie jest to przy tym sprawą prostą, gdyż, jak już podkreślano, relacje, których budowanie oparte jest na platformach technologicznych, typowych dla *sharing economy*, są albo całkowicie pozbawione tradycyjnego kontaktu interpersonalnego, albo kontakt ten jest znacznie uboższy, gdyż nie zawiera pewnych komunikatów niewerbalnych, charakterystycznych dla kontaktów bezpośrednich¹³ [Włodarczyk-Śpiewak, 2011].

Mogłoby się zatem wydawać, iż brak kontaktu „twarzą w twarz” stanowi barierę trudną do pokonania w procesie budowania zaufania [Ridings i in., 2002]. Niemniej budowanie takiego zaufania jest możliwe. Konieczne są jednak odpowiednie mechanizmy czy narzędzia, w tym system nagród i kar za niewłaściwe zachowanie [Tanz, 2014].

Przedstawiając mechanizmy budowania zaufania intermediacyjnego, w artykule skoncentrowano uwagę na mechanizmach kalkulacji, predykcji oraz wykorzystania więzi emocjonalnej. To właśnie one bowiem, zdaniem autorów, są najbardziej adekwatne dla opisu zaufania intermediacyjnego w gospodarce współdzielenia.

Na przykład w mechanizmie kalkulacji zaufanie bazuje na kalkulacji korzyści względem kosztów. Domniemywa się tu przy tym, że druga strona nie zachowa się oportunistycznie [Williamson, 1998], tzn. nie będzie dążyć do realizacji własnego interesu, kosztem partnera¹⁴ [Lewicki, Bunker, 1996]. Zakłada się bowiem, iż po prostu nie opłaca jej się nie wywiązać z danego zobowiązania. W odniesieniu do mechanizmu kalkulacji można stwierdzić, iż na platformach technologicznych, kojarzonych z gospodarką współdzielenia (np. Airbnb), nierzetelność czy niewywiązanie się danego oferenta z umowy, może go całkowicie zdyskwalifikować z dalszego uczestnictwa, albo – co najmniej – zaowocuje nałożeniem na niego podwyższonych opłat za korzystanie z platformy [Morgan, Kuch, 2015]. Pokazuje to zatem, iż mechanizm kalkulacji w budowaniu zaufania intermediacyjnego odgrywa znaczącą rolę.

¹³ Należy podkreślić, że autorzy odwołują się w tekście jedynie do zaufania budowanego na podstawie platform wykorzystywanych w *sharing economy*, w jej rozumieniu przyjętym w tym artykule. Inne platformy technologiczne i ich rola w budowaniu zaufania nie są natomiast przedmiotem niniejszych rozważań.

¹⁴ Zgodnie z rozumieniem oportunistyzmu przez Williamsona oznacza on „przebiegłe dążenie do realizacji interesu (...) odnosi się on do niekompletnego bądź zniekształconego ujawniania informacji, zwłaszcza do świadomie podejmowanych wysiłków by wprowadzić w błąd, zniekształcić, zataić, zaciemnić lub pogmatwać sprawę w inny sposób” [Williamson, 1998].

W rozważanej sytuacji oferentom nie opłaca się zatem bycie nierzetelnym, czy niewywiązywanie się należycie z poczynionego zobowiązania w zakresie oferowanych usług.

W mechanizmie predykcji zaufanie bazuje natomiast na wiedzy o partnerze. Wiedza ta wynika z osobistej z nim znajomości lub z istniejącej w środowisku reputacji danego podmiotu na temat jego kompetencji czy zdolności [Doney, Canon, 1997; Lewicki, Bunker, 1996]. W takim ujęciu zaufanie intermediacyjne buduje się na podstawie udzielanych referencji, opinii i doświadczeń innych użytkowników. Gwarantem rzetelności danego podmiotu staje się system rekomendacji i opinii, a także pozytywne komentarze innych osób (użytkowników danej platformy). Na przykład turystom korzystającym z alternatywnych form podróżowania i noclegów, mechanizm predykcji umożliwia ocenę poziomu bezpieczeństwa tych form w stosunku do związanego z nimi ryzyka. Na platformach takich jak Airbnb czy CouchSurfing, po pobycie u kogoś, wystawiana jest ocena wraz z jej uzasadnieniem. Dzięki temu nie może być mowy o zaufaniu „w ciemno”. Zarówno turysta, jak i gospodarz, mogą zostawić wzajemne oceny i referencje, co podkreśla także społeczną wzajemność będącą fundamentem zaufania intermediacyjnego.

Na przykład platforma CouchSurfing wykorzystuje system zbierania, zestawiania i rozpowszechniania informacji o użytkownikach platformy [Molz, 2013]. Mają one znaczący wpływ na budowanie wiarygodności, a co za tym idzie – wzmocnienie przyszłego, potencjalnego zaufania do nieznanymi osób [Klein, 2000]. Informacje takie mają charakter identyfikacyjny. Gospodarze i turyści będący zwolennikami alternatywnych form podróżowania tworzą własne profile na platformach. Zamieszczane tam zdjęcia i prywatne informacje pozwalają dowiedzieć się więcej o sobie nawzajem, a tym samym podnosić wiarygodność. Finalnym rezultatem jest lepszy „klimat” dla budowania zaufania relacyjnego [Guttentag, 2015].

Z badań Kamala i Chena [2016] wynika, iż pozytywne opinie innych osób sprzyjają budowaniu zaufania. Z kolei aż 69% respondentów badanych przez Davidsona i Infranca [2016] oraz PwC [2015b] twierdziło, że nie ufają osobom, angażującym się w gospodarkę współdzielenia, jeśli nie będą one zarekomendowane przez innych. Podobne rezultaty uzyskali Jin i in. [2005]. Z ich badań nad zaufaniem wynika, iż wzajemne rekomendacje w obrębie powiązanych społeczności wpływają na umocnienie reputacji i wzrost zaufania. Badacze ustalili także, że rekomendacje od bezpośrednich znajomych (rodzina, przyjaciele) odgrywają znaczącą rolę w zaufaniu względem innych osób. W tym kontekście Wasserman [2013] wykazał, że 70% badanych respondentów ufa rekomendacjom od znajomych, natomiast około 46% ufa także zbiorczym opiniom nieznanymi osób.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę na samą autoprezentację użytkowników na platformach, która również ma wpływ na opinie użytkowników. Przyjmując, iż każda dodatkowa informacja wzmacnia zaufanie, to uzupełniony, kompletny profil danej osoby implikuje umocnienie zaufania w odniesieniu do tego podmiotu [Kamal, Chen, 2016]. Co ciekawe, badania pokazują, iż już

samo wzbogacenie profilu tylko o zdjęcie, generuje wzrost zaufania do poziomu powyżej kategorii „nieznajomego z ulicy“. Wyjątkowo zaskakujące jest natomiast to, że osoby o pełnym profilu (wzmocnionym dodatkowo o pozytywne rekomendacje czy zweryfikowany numer telefonu) uzyskują poziom zaufania praktycznie bliski temu, jakim darzymy członków rodziny [Mazzella, Sundararajan, 2016]. Warto zatem jeszcze raz podkreślić szczególne znaczenie mechanizmu predykcji w kontekście zaufania intermediacyjnego. To bowiem opinie i rekomendacje innych użytkowników platform implikują decyzje o potencjalnym zaangażowaniu w tę formę współdzielenia.

Ostatni wreszcie mechanizm – wykorzystujący więzi emocjonalne (osobiście) – odnosi się do tzw. zaufania afektywnego, bazującego na osobistej znajomości, przyjaźni, cenienu partnera i wierze, że ma on względem nas dobre intencje, dobrą wolę i podziela nasze wartości czy przekonania [Lewicki, Bunker, 1996]. Ten rodzaj mechanizmu ma jednak uzasadnienie tylko w długotrwałej relacji, w której zaufanie budowano stopniowo [McAllister, 1995]. W kontekście zaufania intermediacyjnego – ze względu na jego cechy – tego mechanizmu się jednak nie wykorzystuje. Relacje przyjaźni czy znajomości pomiędzy użytkownikami platform technologicznych są bowiem w praktyce niezwykle rzadkie. Teoretycznie mogą one występować wówczas, gdy podmioty – dzięki skorzystaniu z danej oferty – poznały się osobiście i nawiązały relację, skutkującą zawieraniem kolejnych transakcji w gospodarce współdzielenia. Jest to jednak mechanizm mogący wystąpić dopiero na dalszym etapie budowania relacji społecznych w ramach *sharing economy*.

Wiarygodność *versus* budowanie zaufania intermediacyjnego

Dodatkową kwestią, którą należy rozważyć w kontekście zaufania – w tym także zaufania intermediacyjnego – jest wiarygodność. W literaturze traktuje się ją jako swoistą alternatywę zaufania [Hardin, 1988] lub też jako jego podstawę, tło czy kontekst, w którym zaufanie to jest budowane [Putnam, 2008]. Wiarygodność – zapewniana przez różne rozwiązania społeczne, instytucje czy normy – pozwala na podejmowanie działań opierających się raczej na ufności niż zaufaniu¹⁵ [Hardin, 1988]. Jest ona szczególnie ważna w przypadku zawierania takich transakcji, w których nie znamy potencjalnego partnera oraz nie jesteśmy w stanie ocenić jego motywacji czy kompetencji na tyle, aby uznać, że będzie on działał zgodnie z naszymi oczekiwaniami. Wydaje się zatem, iż w sytuacji, kiedy nie można mówić o relacji interpersonalnej (między dwoma

¹⁵ Zdaniem Hardina [1988] zaufanie i ufność nie są tożsamymi pojęciami. Ponieważ warunkiem zaufania jest istnienie relacji między dwoma lub więcej stronami. W przypadku, gdy taka relacja nie istnieje (tzn. np. gdy nie znamy potencjalnego partnera i nie jesteśmy w stanie ocenić jego motywacji czy kompetencji), można podjąć określone decyzje czy działania dzięki różnym narzędziom społecznym, takich jak instytucje czy normy itp. Hardin pisze w tym przypadku raczej o budowaniu wiarygodności czy o ufności, aniżeli o budowaniu zaufania.

lub więcej stronami), należy rozpatrywać ją bardziej w kontekście właśnie wiarygodności niż zaufania.

Wiarygodność zatem dotyczy nie tyle mechanizmów budowania zaufania co raczej pewnego „klimatu”, w którym owo zaufanie można rozpatrywać. W tym ujęciu, właśnie w kontekście podnoszenia poziomu wiarygodności – a w przyszłości budowania zaufania intermediacyjnego – do konkretnych uczestników gospodarki współdzielenia, można rozpatrywać stworzoną na platformie Airbnb możliwość objęcia użytkowników gwarancją do kwoty 1 mln USD. Ponadto, oprócz pewnych form ubezpieczeń, wiarygodność mogą podnosić także takie rozwiązania jak: certyfikaty bezpieczeństwa, *chat online* przed zawarciem transakcji, możliwość sprawdzania kryminalnej przeszłości, czy po prostu dostęp do możliwie pełnych informacji o użytkowniku¹⁶ [Kamal, Chen, 2016]. Inną opcją wartą rozważenia w kontekście wiarygodności są pewne algorytmy „wyceniające” i „przewidujące” przyzwoitość oraz rzetelność oferentów, a także utrudnienia kreowania fałszywej tożsamości¹⁷.

Zatem, by zapewnić wiarygodność, platformy technologiczne i portale społecznościowe powinny wymieniać się jak największą pulą informacji oraz kontrolować ich spójność. Warto w tym miejscu zaznaczyć, iż zdaniem twórców platformy BlaBlaCar, zarówno wiarygodność, jak i zaufanie budowane wśród użytkowników platformy, obejmują kombinację kilku elementów składających się na tzw. formułę D.R.E. A.M.S., a mianowicie [Mazzella, Sundararajan, 2016]: (1) deklarowane w profilu informacje personalne, tj. imię, nazwisko, zdjęcie, życiorys (*Declared*); (2) oceny i opinie innych użytkowników (*Rated*); (3) zobowiązanie finansowe powstałe przed konsumpcją usługi (*Engaged*); (4) zapis poziomu aktywności (w tym zwłaszcza ostatniej aktywności) użytkownika na platformie (*Active*); (5) weryfikacja treści i moderacja publicznej ich wymiany (*Moderated*) oraz (6) łączenie profilu z innymi kontami na platformach społecznościach, np. Facebook, LinkedIn (*Social*).

Można zatem uznać, że wiarygodność i rzetelność platform technologicznych jest kluczowa dla ich utrzymania oraz rozwoju. To z kolei w konsekwencji warunkuje utrzymanie i pogłębianie zaufania [Kini, Choobineh, 1998]. Innymi słowy, wiarygodność można postrzegać jako warunek konieczny zaufania intermediacyjnego. Nie będąc bowiem *stricte* mechanizmem budowania zaufania, pozwala ona – opierając się na regulacjach prawnych, normach zabezpieczających itp. – wzmacniać zaufanie.

¹⁶ W przypadku segmentów *sharing economy* związanych z usługami transportowymi do danych wykorzystywanych dla celów zapewnienia wiarygodności, można zaliczyć także dane geolokalizacyjne. Warto bowiem wiedzieć, czy dany kierowca znajduje się dokładnie tam, gdzie deklaruje.

¹⁷ Na przykład profile użytkowników można tworzyć celowo dla danej platformy, ale mogą one być też połączone (np. Airbnb) z istniejącymi kontami użytkowników na portalach społecznościowych. To jeden ze sposobów, który uwiarygadnia tożsamość [Karlsson i in., 2017].

Budowanie wiarygodności przez uczestników transakcji nie jest jednak sprawą prostą¹⁸. Oprócz już wymienionych jej budowania, można wskazać także posiadanie swoistej „historii” (*track record*) postępowania w określony, zgodny z zapowiedziami sposób (ang. *matching deeds to words*). Innymi słowy, konieczne jest konsekwentne, długotrwałe postępowanie według przyjętych i zapowiedzianych reguł. Biorąc natomiast pod uwagę sygnalizowaną już kluczową rolę informacji, należy podkreślić, iż wiarygodność wymaga też odpowiedniej przejrzystości działań. Dzięki niej, możliwa jest ocena tego działania i stopnia ich zbieżności z wcześniejszymi deklaracjami. Sposobem na podniesienie wiarygodności może być także przyjęcie *explicite* przez dany podmiot swego zobowiązania (ang. *commitment*) co do określonego zachowania się.

Jednocześnie należy jednak podkreślić, że budowanie wiarygodności, a co za tym idzie zaufania intermediacyjnego, nie jest pozbawione problemów i niekoniecznie musi być skuteczne. Z badań wynika bowiem, że wielu użytkowników platform technologicznych nie wystawia opinii na temat usługi czy produktu, z którego skorzystało, część platform nie monitoruje opinii przed ich zamieszczeniem w Internecie. Nie weryfikuje również tożsamości użytkowników platform czy nie podejmuje skutecznych działań mających na celu eliminację tych użytkowników, którzy łamią zasady korzystania z platformy¹⁹ [Hausemer i in., 2017].

Budowanie zaufania w *sharing economy* przy wykorzystaniu platform technologicznych odbywa się zatem w specyficznych i trudnych uwarunkowaniach. Jest to jednak zagadnienie wykraczające poza ramy tego artykułu i jego główny cel, jakim jest sama charakterystyka zaufania intermediacyjnego w gospodarce współdzielenia. Autorzy nie skupili się natomiast na zgłębieniu problematyki uwarunkowań budowania tego typu zaufania. Kwestie te (takie jak np. stopień ingerencji platform technologicznych w komunikację między użytkownikami tych platform, a co za tym idzie strategię budowania reputacji użytkowników za pomocą platformy czy, ściślej, przez jej administratora) są bowiem na tyle złożone, a przy tym ważne, że mogą stanowić przedmiot odrębnego opracowania.

Uwagi końcowe

W artykule dokonano konceptualizacji pojęcia tzw. zaufania intermediacyjnego w gospodarce współdzielenia. Zaufanie to, jak wykazano, nieodłącznie związane jest z gospodarką współdzielenia. Choć zaufanie jest znaczącym elementem dla wszystkich relacji P2P, to – jak wykazano – w kontekście *sharing economy* ma ono znaczenie absolutnie kluczowe. Gospodarka współ-

¹⁸ Z drugiej strony, raz zbudowana wiarygodność jest czynnikiem pozwalającym przetrwać przejściowe trudności w funkcjonowaniu danej platformy/instytucji.

¹⁹ Jest to zatem przykład sytuacji, w której platformy nie ingerują w interakcje uczestników, stanowiąc tylko swoiste fora pośredniczące.

dzielenia bowiem ma charakter multimodalny, stanowiąc hybrydę świata realnego i wirtualnego. Stanowi ona przy tym swoiste „realne” przedłużenie świata wirtualnego. Jak zatem wspomniano, naruszenie zaufania może skutkować już nie tylko utratą pieniędzy czy reputacji, ale – co ważniejsze – także szkodami fizycznymi, czy nawet utratą życia²⁰. Oznacza to, że w gospodarce współdzielenia pojawia się dodatkowy – poza ryzykiem finansowym oraz utratą reputacji – fizyczny wymiar ryzyka. Charakterystyczne jest, że wymiar ten występuje pomimo braku transakcji finansowych²¹. W tej sytuacji tracą na znaczeniu dotychczasowe (nieliczne) wyniki badań nad zaufaniem, w których ściśle rozgraniczono sferę realną i wirtualną.

Z przeprowadzonych rozważań wynika też, że na poziom zaufania wpływa znacząco wspomniane wcześniej tzw. zaufanie uogólnione. Ten rodzaj zaufania różni się w zależności od społeczeństwa, co wynika z określonych uwarunkowań historycznych czy kulturowych danego kraju i przekłada się na poziom zaufania wobec innych. Tymczasem, jak pokazują badania polskiego społeczeństwa (także na tle innych społeczeństw europejskich) poziom uogólnionego zaufania wśród Polaków jest relatywnie niski. Według GUS [2015] 78% z grupy 14 tysięcy respondentów nie ufa innym ludziom. Polaków wyrażających opinię, że większości ludziom można ufać jest zaledwie 24%. Jest to najgorszy wynik w grupie 15 krajów Unii Europejskiej [Czapiński, Panek, 2015]. Dla porównania dla liderów rankingu (Dania, Finlandia, Norwegia, Szwecja) poziom ten wynosi nawet 76%. Pokazuje to wyraźnie, że w Polsce wciąż dominuje kultura raczej nieufności, niż zaufania [Czapiński, Panek, 2015].

Może to zatem stanowić barierę rozwoju *sharing economy* w Polsce. Jednocześnie, zważywszy na wagę zaufania uogólnionego dla gospodarki współdzielenia i zaufania intermediacyjnego, wskazane są pogłębione badania tej problematyki. Następnie sugeruje się metaanalizę ich wyników, co może przyczynić się do wypełnienia zidentyfikowanej luki poznawczej w kontekście rozważanego zaufania.

Uwzględniając fakt, że gospodarka współdzielenia opiera się na zaufaniu, bazującym z kolei na wzajemności członków danej społeczności (każdy z podmiotów korzystający z usługi i ją oferujący może wystawić ocenę drugiej stronie), a także na przewidywalności partnerów, zasadne są dalsze badania nad zaufaniem intermediacyjnym. Niezwykle ważne jest bowiem rozpoznanie mechanizmów, które przyczyniają się do przestrzegania zasad obowiązujących w gospodarce współdzielenia.

Poruszone zagadnienia, ze względu na upowszechnianie się nowych form organizacji procesów rynkowych, a także zachodzące zmiany społeczne i zmiany mentalności podmiotów gospodarujących, są problemem bardzo aktualnym

²⁰ Jak wskazują Kamal i Chen [2016], wśród najczęstszych obaw, związanych ze współdzieleniem, można wyróżnić m.in. ryzyko kradzieży, uszkodzenie mienia, oszustwa, utraty poczucia prywatności czy doznania szkody cielesnej.

²¹ Na przykład CouchSurfing oferuje darmowe zakwaterowanie, ale już sam fakt współdzielenia mieszkania, może wiązać się z ryzykiem.

oraz ważnym – zarówno z teoretycznego, jak i empirycznego punktu widzenia. Niewątpliwie zarysowane w artykule kwestie wymagają dalszych pogłębianych badań. Problematyką ściśle z tym związaną, również wartą głębszej analizy, jest także, oprócz sygnalizowanej wcześniej kwestii uwarunkowań skutecznego budowania zaufania, kwestia regulacji, dotyczących funkcjonowania gospodarki współdzielenia, z uwzględnieniem mechanizmów mogących niejako egzogenicznie zwiększyć w niej poziom wiarygodności, a co za tym idzie także zaufania. Dotyczy to zwłaszcza działań na rzecz wyeliminowania tzw. arbitrażu regulacyjnego, prowadzącego do nieuczciwej konkurencji. Konieczne są także regulacje dotyczące statusu i ochrony konsumenta, w tym zwłaszcza zagadnienia korzystania z własności intelektualnej, zasad odpowiedzialności odszkodowawczej czy wreszcie ochrony danych osobowych.

Bibliografia

- Albinsson P.A., Perera B.Y. [2012], Alternative marketplaces in the 21st century: building community through sharing events, *Journal of Consumer Behaviour*, no. 11: 303–315.
- Allen D., Berg C. [2014], *The sharing economy. How over-regulation could destroy an economic revolution*, Institute of Public Affairs.
- Babione F.A. [1964], Retailer adjustment to a rental economy, *Journal of Retailing*, no. 40(3): 1.
- Barber B. [1983], *The logic and limits of trust*, Rutgers University Press, New Brunswick.
- Barbrook R. [2009], *Przyszłości wyobrażone. Od myślącej maszyny do globalnej wioski*, Muza, Warszawa.
- Bardhi F., Eckhardt G.M. [2012], Access-based consumption: the case of car sharing, *Journal of Consumer Research*, no. 39(4): 881–898.
- Barney D. [2008], *Spółeczeństwo sieci, sic!*, Warszawa.
- Belk R. [2010], Sharing, *Journal of Consumer Research*, no. 36(5): 715–734.
- Belk R. [2014], You are what you can access: sharing and collaborative consumption online, *Journal of Business Research*, no. 67(8): 1595–1600.
- Bernanke B. [2004], *The great moderation*, Remarks at the Meetings of the Eastern Economic Association, Washington.
- Botsman R. [2013], *The sharing economy lacks a shared definition*, *fast company*, www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition (26.11.2016).
- Botsman R. [2016], *The sharing economy lacks a shared definition*, www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition (26.11.2016).
- Botsman R., Rogers R. [2010], *What's mine is yours. The rise of collaborative consumption*, Harper Business, New York.
- Botsman R., Rogers R. [2011], *What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live*, Collins, London.
- Castells M. [2007], *Spółeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Cheal D. [2015], *The gift economy*, Routledge, Abingdon.

- Cohen B., Kietzmann J. [2014], Ride on! Mobility business models for the sharing economy, *Organization and Environment*, no. 27(3): 279–296.
- Corritore C.L., Kracher B., Wiedenbeck S. [2003], On-line trust: concepts, evolving themes, a model, *International journal of Human-Computer Studies*, no. 58(6): 737–758.
- Czapiński J., Panek T. (red.) [2015], *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa.
- Czernek K., Wójcik D. [2017], Gospodarka współdzielenia z perspektywy przedsiębiorców sektora turystycznego, *Handel Wewnętrzny*, nr 3(368): 66–76.
- Davidson N.M., Infranca J. [2016], The sharing economy as an urban phenomenon, *Yale Law & Policy Review*, vol. 34(2): 215–279.
- De Stefano V. [2015], The rise of the ‘just-in-time workforce: on-demand work, crowd work and labour protection in the ‘gig-economy, *Comparative Labor Law & Policy Journal*, Forthcoming; Bocconi Legal Studies Research Paper, no. 2682602, 28 October.
- Denning S. [2014], An economy of access is opening for business: five strategies for success, *Strategy & Leadership*, no. 42(4): 14–21.
- Doney P.M., Cannon J.P. [1997], An examination of the nature of trust in buyerseller relationships, *The Journal of Marketing*, no. 61(2): 35–51.
- Drucker P. [1993], *Post-capitalist society*, Butterworth-Heinemann.
- Eckhardt G.M., Bardhi F. [2015], The sharing economy isn’t about sharing at all, *Harvard Business Review*, 28 January.
- Ert E., Fleischer A., Magen N. [2016], Trust and reputation in the sharing economy: the role of personal photos in Airbnb, *Tourism Management*, no. 55: 62–73.
- Felson M., Spaeth J.L. [1978], Community structure and collaborative consumption: “a routine activity approach”, *The American Behavioral Scientist*, no. 21(6).
- Fisher T. [2016], An education in geodesign, *Landscape and Urban Planning*, no. 156: 20–22.
- Freitag M., Bühlmann M. [2009], Crafting trust: the role of political institutions in a comparative perspective, *Comparative Political Studies*, no. 42(12): 1537–1566.
- Frenken K., Meelen T., Arets M., van de Glind P. [2015], Smarter regulation for the sharing economy, *The Guardian*, 20 May.
- Gansky L. [2010], *The mesh: why the future of business is sharing*, Penguin.
- Gefen D., Karahanna E., Straub D.W. [2003], Potential and repeat e-consumers: the role of perceived e-vendor trustworthiness vis-à-vis TAM, *IEEE Transactions on Engineering Management*, no. 50: 307–321.
- Gobble M.M. [2015], Regulating innovation in the new economy, *Research-Technology Management*, no. 58(2): 62–67.
- Goodfriend M. [2007], How the world achieved consensus on monetary policy, *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 21, no. 4: 47–68.
- Gordon R.J. [2000], Does the ‘new rconomy’ measure up to the great inventions of the past?, *The Journal of Economic Perspectives*, no. 14: 49–74.
- Grabner-Kräuter S., Kaluscha E.A. [2008], Consumer trust in electronic commerce: conceptualization and classification of trust building measures, *Trust and New Technologies: Marketing and Management on the Internet and Mobile Media*, no. 1.

- Gulati R. [1995], Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances, *Academy of Management Journal*, no. 38(1): 85–112.
- GUS [2015], *Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.*, Warszawa.
- Guttentag D. [2015], Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*, no. 18(12): 1192–1217.
- Hardin R. [1988], Trust in government, w: Braithwaite V., Levi M. (red.), *Trust and governance*, Russell Sage Foundation, New York.
- Hausemer P., Rzepecka J., Dragulin M., Vitiello S., Rabuel L., Nunu M., Diaz A.R. [2017], *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets. Final report*, European Commission, Brussels, May.
- Heo C.Y. [2016], Sharing economy and prospects in tourism research, *Annals of Tourism Research*, no. 58 (C): 166–170.
- Hern A. [2015], Why the term 'sharing economy' needs to die, *The Guardian vom*, no. 5.
- HM Government [2015], *Independent review of the sharing economy: government response*, Department for Business and Skills, London.
- Hosmer L.T. [1995], Trust: the connecting link between organizational theory and philosophical ethics, *Academy of Management Review*, no. 20(2): 379–403.
- Huxham C., Vangen S. [2013], *Managing to collaborate: the theory and practice of collaborative advantage*, Routledge.
- Jin H., Tu X., Han Z., Liao X. [2005], A community-based trust model for P2P networks, w: Yang L.T., Rana O.F., Di Martino B., Dongarra J. (red.), *High performance computing and communications*, International Conference on High Performance Computing and Communications, Sorrento, Italy, September 21–23, Springer, Berlin–Heidelberg: 419–428.
- Jorgenson D.W., Stiroh K.J. [1999], Information technology and growth, *American Economic Review*, no. 89(2): 109–111.
- Jøsang A., Ismail R., Boyd C. [2007], A survey of trust and reputation systems for online service provision, *Decision Support Systems*, vol. 43(2): 618–644.
- Kamal P., Chen J.Q. [2016], *Trust in sharing economy*, Pacific Asia Conference on Information Systems Proceedings.
- Kania A. [2015], Altruizm w gospodarce, czyli ekonomia daru w teorii i w praktyce, w: Poznańska K., Kraj K.M. (red.), *Ekonomia*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Karlsson L., Kemperman A., Dolnicar S. [2017], May I sleep in your bed? Getting permission to book, *Annals of Tourism Research*, no. 62: 1–12.
- King S.P. [2015], Sharing economy: what challenges for competition law? *Journal of European Competition Law & Practice*, vol. 6(10): 729–734.
- Kini A., Choobineh J. [1998], Trust in electronic commerce: definition and theoretical considerations, *System Sciences 1998. Proceedings of the Thirty-First Hawaii International Conference*, no. 4: 51–61.
- Klein S. [2000], The emergence of auctions on the world wide web, w: Shaw M. i in. (red.), *Handbook on Electronic Commerce*, Springer-Verlag, Berlin-Heidelberg.
- Krzyminiewska G. [2003], Znaczenie zaufania w tworzeniu kapitału społecznego. Ekonomiczny i społeczny wymiar zjawiska, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny*, nr 2.

- Kumar N. [1996], The power of trust in manufacturer-retailer relationships, *Harvard Business Review*, no. 74(6): 92–105.
- Laamanen M., Wahlen S., Campana M. [2015], Mobilising collaborative consumption lifestyles: a comparative frame analysis of time banking, *International Journal of Consumer Studies*, no. 39(5): 459–467.
- Lazear E.P. [2000], Economic imperialism, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 115, no. 1: 99–146.
- Lewicki R.J., Bunker B.B. [1996], Developing and maintaining trust in work relationships, w: Kramer R.M., Tyler T.R. (red.), *Trust in organizations: frontiers of theory and research*, Sage, Thousand Oaks.
- Lewicki R.J., McAllister D.J., Bies R.J. [1998], Trust and distrust: new relationships and realities, *Academy of Management Review*, vol. 23(3): 438–458.
- Lewis J.D., Weigert A. [1985], Trust as a social reality, *Social Forces*, no. 63(4): 967–985.
- Martin C.J. [2016], The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?, *Ecological Economics*, no. 121: 149–159.
- Martin C.J., Upham P., Budd L. [2015], Commercial orientation in grassroots social innovation: insights from the sharing economy, *Ecological Economics*, no. 118: 240–251.
- Mason P. [2015], *Skąd ten bunt*, Krytyka Polityczna, Warszawa.
- Mazzella F., Sundararajan A. [2016], *Entering the trust age*, BlaBlaCar, <https://www.blablacar.com/wp-content/uploads/2016/05/entering-the-trust-age.pdf> (28.01.2017).
- McAllister D.J. [1995], Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations, *Academy of Management Journal*, no. 38(1): 24–59.
- Möhlmann M. [2015], Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again, *Journal of Consumer Behaviour*, no. 14(3): 193–207.
- Molz J.G. [2013], Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of CouchSurfing.Org, *Annals of Tourism Research*, no. 43: 210–230.
- Mora E. [2016], Intimacy and sociability in some practices of sharing economy, 2, Paris.
- Morgan B., Kuch D. [2015], Radical transactionalism: legal consciousness, diverse economies, and the sharing economy, *Journal of Law and Society*, no. 42(4): 556–587.
- Morgan R.M., Hunt S.D. [1994], The commitment-trust theory of relationship marketing, *The Journal of Marketing*, vol. 58, no. 3: 20–38.
- Nakamura L.I. [2000], Economics and the new economy: the invisible hand meets creative destruction, *Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review*, July–August.
- Nam T., Pardo T.A. [2011], Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions, w: *The proceedings of the 12th annual international conference on digital government research*, ACM: 282–291.
- Nielsen B.B. [2011], Trust in strategic alliances: toward a co-evolutionary research model, *Journal of Trust Research*, no. 1(2): 159–176.
- Nunkoo R., Ramkissoon H., Gursoy D. [2012], Public trust in tourism institutions, *Annals of Tourism Research*, no. 39(3): 1538–1564.
- Palgan Y.V., Zvolška L., Mont O. [2016], Sustainability framings of accommodation sharing, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, no. 23.

- Pizam A. [2014], Peer-to-peer travel: blessing or blight?, *International Journal of Hospitality Management*, no. 38: 118–119.
- Price J.A. [1975], Sharing: the integration of intimate economies, *Anthropologica*, no. 17(1): 3–27.
- Putnam R.D. [2008], *Samotna gra w kręgle: upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- PwC [2015a], *PwC US finds robust consumer appetite for new sharing economy*, <https://www.prnnewsire.com/news-releases/pwc-us-finds-robust-consumer-appetite-for-new-sharing-economy-300065212.html> (19.01.2018).
- PwC [2015b], *The sharing economy. Consumer intelligence series*, https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf (19.01.2018).
- Ridings C.M., Gefen D., Arinze B. [2002], Some antecedents and effects of trust in virtual communities, *The Journal of Strategic Information Systems*, vol. 11 (3-4): 271–295.
- Rifkin J. [2011], *The third industrial revolution: how lateral power is transforming energy, the economy, and the world*, Palgrave Macmillan, New York.
- Rifkin J. [2013], *Wiek dostępu*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław.
- Rifkin J. [2016], *Spoleczeństwo zerowych kosztów krańcowych. Internet przedmiotów. Ekonomia współdzielenia. Zmierzch kapitalizmu*, Studio Emka, Warszawa.
- Rostek A., Zalega T. [2015], Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów (cz. 1), *Marketing i Rynek*, nr 22(05).
- Santana J., Parigi P. [2015], Risk aversion and engagement in the sharing economy, *Games*, no. 6(4): 560–573.
- Schor J. [2014], *Debating the sharing economy. Great transition initiative*, <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> (10.12.2016).
- Schor J.B., Fitzmaurice C.J. [2015], *Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy*, w: Reisch L.A., Thøgersen J. (red.), *Handbook of research on sustainable consumption*, Edward Elgar, Cheltenham: 410–425.
- Schwab K. [2016], *The fourth industrial revolution*, Penguin, London.
- Signorelli A. [2017], *Speculations on postcapitalism: how digitalization is disrupting everything we know about modern civilization*, Create Space Independent Publishing Platform, Blue Harbor, Saint Paul.
- Simmel G. [1975], *Socjologia*, PWN, Warszawa.
- Słupińska M. [2015], Ekonomia dzielenia się? Między racjonalnym wyborem a towarzyskością. Próby socjologicznych interpretacji zjawiska „wspólnych przejazdów”, *Studia Socjologiczne*, nr 3.
- Stein S.M., Harper T.L. [2003], Power, trust, and planning, *Journal of Planning Education and Research*, no. 23(2): 125–139.
- Stępnicka N. [2016], Bezpieczeństwo ekonomiczne i dylematy gospodarki opartej na dostępie, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. 17, z. 8, cz. 1: Ryzyko i stabilność finansowa w procesach zarządzania: 213–222.
- Stokes K., Clarence E., Anderson L., Rinne A. [2014], *Making sense of the UK collaborative economy*, Nesta.

- Sundararajan A. [2016], *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*, MIT Press, Cambridge.
- Sustainable Economies Law Center [2013], *Policies for shareable cities: a sharing economy policy primer for urban leaders*, <https://www.nasco.coop/sites/default/files/sr/Policies%20for%20Shareable%20Cities.pdf> (20.12.2016).
- Sztompka P. [2007], *Zaufanie: fundament społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Tanz J. [2014], *How Airbnb and Lyft finally got Americans to trust each other*, <https://www.wired.com/2014/04/trust-in-the-share-economy/> (23.01.2017).
- Theodorakopoulos G., Baras J.S. [2006], On trust models and trust evaluation metrics for ad hoc networks, *IEEE Journal on selected areas in Communications*, no. 24(2): 318–328.
- Thurow L.C. [1999], *Przyszłość kapitalizmu. Jak dzisiejsze siły ekonomiczne kształtują świat jutra*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław.
- Toffler A. [1997], *Trzecia fala*, PIW, Warszawa.
- Tussyadiah I.P. [2016], Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation, *International Journal of Hospitality Management*, no. 55: 70–80.
- Wasserman T. [2013], *Report: 70% of consumers trust brand recommendations from friends*. Mashable, <http://mashable.com/2013/03/21/70-percent-brand-recommendationsfriends/#> (28.01.2017).
- Weiner J.M. [2016], Book reviews, *Finance & Development*, no. 53(2).
- Williams B. [2000], Formal structures and social reality. Trust: making and breaking cooperative relations, w: Gambetta D. (red.), *Trust: making and breaking cooperative relations, electronic edition*, Department of Sociology, University of Oxford Press, Oksford.
- Williamson O.E. [1998], *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu. Firmy, rynki, relacje kontraktowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Włodarczyk-Śpiewak K. [2011], Nowoczesne technologie – wyzwanie dla współczesnych konsumentów, *Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą*, nr 51: 142–152.
- Wójcik D. [2017], Gospodarka współdzielenia a gospodarka doznań w sektorze turystycznym, w: Lachiewicz S., Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Organizacja w sieci relacji*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź: 50–64.
- Wojtyna A. [2001], Czy tradycyjna ekonomia pozwala zrozumieć nową gospodarkę?, w: Wojtyna A. (red.), *Czy ekonomia nadąży z wyjaśnieniem rzeczywistości?*, *Materiały VII Kongresu Ekonomistów Polskich, tom I*, PTE, Warszawa.
- Yamagishi T., Yamagishi M. [1994], Trust and commitment in the United States and Japan, *Motivation and Emotion*, no. 18(2): 129–166.
- Zaheer A., McEvily B., Perrone V. [1998], Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance, *Organization Science*, no. 9(2): 141–159.

TRUST IN THE SHARING ECONOMY

Abstract

The so-called sharing economy is one of the most important and widespread manifestations of technological progress, reflecting the growth of the “new economy.” It can be understood as a socio-economic model based on the grassroots initiatives of individual people (P2P relationships) that refer to not fully utilised resources, with sharing taking place through technology platforms, for a fee or free of charge. The aim of this article is a detailed description of trust, which is a foundation and an inalienable element of the sharing economy. The definitions and features of the sharing economy are presented, followed by the concept and functions as well as selected mechanisms of trust building. Subsequently, the concept of the so-called inter-intermediary trust, characteristic of the sharing economy, is introduced and outlined, and the mechanisms of its creation are described. Next, we discuss differences between trust and credibility and problems with building the credibility of digital platform users. The study finds that intermediary trust is inseparably connected with the sharing economy.

Keywords: sharing economy, new economy, trust, intermediary trust

JEL classification codes: M13, O17, Z32
