



Nina Stępnicka

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

ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORSTW W GOSPODARCE P2P – SCENARIUSZ OPARTY NA WSPÓŁPRACY I KOOPERACJI

Streszczenie: Gospodarka P2P stanowi jeden z najszybciej rozwijających się trendów współczesnej gospodarki. Obejmuje transakcje dokonywane między osobami (tzw. P2P, tj. *people-to-people*), z wyłączeniem pośredników: sklepów i innych podmiotów pośredniczących w wymianie oraz producentów, czyli fabryk i korporacji. Prezentowany system gospodarczy może stanowić formę zagrożenia bezpieczeństwa ekonomicznego w XXI w., szczególnie w odniesieniu do podmiotów wytwórczych i dystrybuujących. Konieczna staje się zatem zmiana modelu biznesowego przedsiębiorstw, nowe podejście do biznesu wsparte zasadami wikinonii, prosumpcji, współpracy, współtworzenia i włączania konsumentów w proces tworzenia produktów i usług.

Słowa kluczowe: gospodarka, P2P, przedsiębiorstwo, współpraca, kooperacja.

JEL Classification: M21, L14.

Wprowadzenie

W literaturze przedmiotu skrót „P2P” jest określany terminem *peer-to-peer* (ang. *peer-to-peer economy*, *P2P economy*, *peer economy*, *P2P business*; pol.: „równy-do-równego”, „wielu-do-wielu”, gospodarka równości, gospodarka rówieśników, gospodarka równorzędna lub gospodarka „równy-do-równego”) i może być rozważany na kilku płaszczyznach oraz w odniesieniu do różnych obszarów. Jeden z najwcześniejszych przykładów związanych z analizowanym terminem dotyczy sieci wymiany plików P2P, dającej użytkownikom sposobność wykorzystania zawartości medium: informacji, filmów, muzyki itp., jak również swobodnej ich aranżacji. Sieć P2P stanowi zatem model asynchronicz-

nej komunikacji w sieci komputerowej, pozwalający na współpracę niezależnie od barier przestrzeni i czasu [Jemielniak i Koźmiński, 2012, s. 198].

Współcześnie rozwiązania P2P, przedefiniowywane i niejednokrotnie zwane *people-to-people* lub *person-to-person*, obejmują znacznie szerszy kontekst zmian oraz dotyczą m.in. różnych procesów społecznych (ang. *social P2P processes*), w tym ochrony zdrowia (ang. *P2P healthcare*) i edukacji (ang. *P2P education*), jak również gospodarki oraz procesów i aktywności, jakie się w niej odbywają (ang. *P2P economy* lub *peer economy*): handlu (ang. *P2P commerce*), gromadzenia funduszy (ang. *P2P fundraising*), płatności P2P (ang. *P2P payments*), udzielania pożyczek, tzw. społecznego pożyczania P2P (ang. *P2P lending*) i innych.

Celem artykułu jest próba określenia roli przedsiębiorstw w gospodarce P2P oraz ukazania scenariusza funkcjonowania tych podmiotów, możliwych do zastosowania w kontekście rozwoju modelu i systemu gospodarowania opartego na relacjach P2P.

1. Główne założenia gospodarki i handlu P2P

Gospodarka P2P jest definiowana m.in. jako: trend, nurt, kierunek, model, sieć powiązań i relacji między uczestnikami różnych procesów i zjawisk o charakterze ekonomicznym, jakie w ich otoczeniu się odbywają [Fletcher i Tham, 2014, s. 45].

Jak pisze Andy Stern [2016, s. 141], gospodarka P2P to rozproszony model tworzący większą wartość dla wszystkich uczestników „pokolenia scentralizowanego bogactwa, produkcji i kontroli”. *Peer-to-peer economy* to bowiem system ekonomiczny zdecentralizowanych sieci i rynków, uwalniający wartość niewykorzystanych zasobów poprzez łączenie kupujących i sprzedających, pozwalający na wymianę dóbr i usług wprost między jednostkami [www 1]. Gospodarka P2P polega zatem na współtworzeniu i tworzeniu produktów oraz usług przez samych użytkowników, ale także obejmuje ponowną odsprzedaż dóbr, ich wymianę barterową, przekazanie w formie darowizny, jak również świadczenie przysług i usług w zamian za inną usługę, przysługę lub pieniądze.

Jednym z istotnych modeli gospodarki *peer-to-peer* jest handel P2P, czyli taki rodzaj działalności, w odniesieniu do którego uczestnikami są przede wszystkim podmioty (tj. osoby fizyczne) lub grupy podmiotów, które dokonują dystrybucji i wymiany dóbr między sobą na rynku (tj. w bliższym i dalszym otoczeniu), z pominięciem udziału pośredników (czyli sklepów i innych podmiotów pośredniczących w wymianie), a także producentów (fabryk, korporacji), z reguły po cenach niższych niż ceny rynkowe.

Analizowany model wprowadza do współczesnego systemu gospodarczego elementy szeroko pojętej współpracy, wspólnoty i społeczności, choć nie pomija także konkurencji i gry konkurencyjnej między różnymi podmiotami gospodarczymi. Zasady, jakimi kieruje się gospodarka P2P, jak również handel P2P, zostały wypracowane przede wszystkim przez samych jej użytkowników, nie zostały zaś narzucone odgórnie.

Mimo że opisywana aktywność jest często postrzegana jako forma alternatywna dla systemu kapitalistycznego, w rzeczywistości stanowi ona kolejny etap w jego rozwoju i jeden z istotnych kierunków określających sposób gospodarowania, wzmocniony pojawieniem się nowych technologii, oparty m.in. na powtarzanej wymianie, dzieleniu i dostępie do dóbr i usług przez różnych uczestników życia gospodarczego. Joanna Zagała [www 2] pisze: „W praktyce wygląda to tak, że otrzymujemy od kogoś produkt lub usługę, ale zupełnie inaczej niż zwykle. Transakcja nie jest dokonywana między profesjonalnym sprzedawcą a klientem, ale między dwójką ludzi o zbieżnych interesach. Ten nieprofesjonalny charakter powoduje, że cała sytuacja jest bardziej osobista. Wchodzimy w czyjeś życie, jedziemy czyimś samochodem, będziemy siedzieć na czyimś fotelu po babci i mieszkać w jego mieszkaniu. Wiele osób podkreśla, że korzysta z transakcji P2P właśnie po to, by mieć kontakt z innym człowiekiem, a nie firmą”.

Istotne z punktu widzenia gospodarki i handlu P2P wydają się być różne kwestie dotyczące m.in. celów, funkcji i zadań, jakie stoją przed przedsiębiorstwami produkcyjnymi, handlowymi i/lub usługowymi funkcjonującymi w gospodarce. O ile w gospodarce pojmowanej w sposób tradycyjny (klasyczny) zysk stanowi zasadniczy cel działalności przedsiębiorstw, o tyle w nowoczesnej gospodarce cyfrowej istotna dla funkcjonowania i dalszego rozwoju przedsiębiorstw i handlu P2P wydaje się być współpraca oparta m.in. na łączeniu, ko-produkcji, współwytwarzaniu, dzieleniu zasobów, wspólnym uczestnictwie w rynku, jak również solidarnym dzieleniu ryzyka, strat i zysków. W każdym z systemów gospodarczych inaczej postrzegano kwestię głównego celu działalności przedsiębiorstw, mimo że radykalna zmiana nastąpiła z chwilą powstania gospodarki P2P zarówno w rzeczywistości tradycyjnej, jak i w Internecie.

2. Przedsiębiorstwo w gospodarce tradycyjnej – ujęcie klasyczne

W tradycyjnej, w istocie neoklasycznej teorii przedsiębiorstwa przyjmowano założenie, że jego celem jest maksymalizacja zysku, która była pochodną dwóch przesłanek: obiektywnych warunków konkurencji doskonałej, w jakiej przedsiębiorstwo funkcjonowało, oraz subiektywnych motywów przedsiębior-

ców. W świetle tej teorii przedsiębiorstwo maksymalizuje krótkookresowe zyski oraz szeroko wykorzystuje wielkości krańcowe. Tym samym dążąc do realizacji tego celu, określa rozmiary produkcji, decyduje o strukturze asortymentowej, podejmuje decyzje inwestycyjne itp. [Krajewska, 2004, s. 169].

Pierwsze lakoniczne wzmianki na temat klasycznej teorii przedsiębiorstwa pochodzą z XVIII w., zaś jej prekursorem był Adam Smith (1723-1790). Wprawdzie nie odniósł się on do przedsiębiorstwa „jako takiego”, ale wskazał na istotną rolę kapitalisty, czyli takiej osoby, która jest skłonna dokonać inwestycji kapitału, by wpłynąć na proces pomnażania bogactwa.

Teorię na temat przedsiębiorstwa i jego roli w gospodarce rozwinął m.in. Alfred Marshall (1842-1924). Recypując dorobek szkoły klasycznej i opisując XIX-wieczne skupiska przemysłowe, ten brytyjski ekonomista zwrócił uwagę na zjawisko występowania niewielkich przedsiębiorstw, które miały tworzyć na pewnych obszarach wzajemnie powiązane układy produkcyjne [Dębski, 2002, s. 21], zaś przedsiębiorca miał być tym, który dostarcza kapitału i kieruje przedsiębiorstwem. Opracował koncepcję przedsiębiorstwa reprezentatywnego, czyli „typowej firmy” w kontekście występowania przeciętnych korzyści zewnętrznych, w tym skali produkcji [Smaga i Władysław, 2012, s. 48].

Teorii neoklasycznej zarzuca się, że jest nierealistyczna, tzn. że przyjmuje nierealistyczne założenia dotyczące np. celu działania przedsiębiorstw i ich związku z otoczeniem, motywów postępowania ludzi podejmujących w przedsiębiorstwach kluczowe decyzje, reguł i procedur podejmowania tych decyzji itp. [Milewski, 2004, s. 242].

Krytyka tradycyjnej teorii przedsiębiorstwa bywa zatem mniej lub bardziej zdecydowana i dotyczy różnych aspektów lub obszarów analizy. Dla przykładu szkoła behawioralna i jej główni twórcy: Herbert A. Simon (1916-2001), James G. March (ur. 1928 r.) czy Richard M. Cyert (1921-1998) traktują przedsiębiorstwo jako specyficzną koalicję uczestników (tj. dostawców, dystrybutorów, pracowników, udziałowców, menedżerów i konsumentów) o konfliktowych oczekiwaniach, które, jeśli koalicja ta ma dalej trwać, należy pogodzić. Badania empiryczne, zdaniem behawiorystów, prowadzą do wniosku, że przedsiębiorstwa realizują różne cele stanowiące rezultat nacisku wywieranego przez różnych uczestników koalicji. Zaliczyli do nich m.in. produkcję, zapasy, sprzedaż, zysk, udział w rynku [Milewski, 2004, s. 247-248].

Z kolei teorie menedżerskie przedsiębiorstwa, których głównymi twórcami byli m.in. William J. Baumol (ur. 1922 r.), Oliver E. Williamson (ur. 1932 r.) i John K. Galbraith (1908-2006) krytykują tradycyjną teorię przedsiębiorstwa za nierealistyczne założenia dotyczące układu sił w przedsiębiorstwie i motywacji ludzi, któ-

rzy podejmują w nim kluczowe decyzje. Teorie menedżerskie bardziej akcentują maksymalizację funkcji użyteczności menedżerów i maksymalizację przychodu (utargu) ze sprzedaży niż maksymalizację zysku, maksymalizację długookresowego tempa wzrostu rozmiarów przedsiębiorstwa czy zrównoważony rozwój itp.

Klasyczne i neoklasyczne teorie przedsiębiorstw tracą na znaczeniu, m.in. za sprawą unowocześniania, digitalizacji i uspołeczniania procesów gospodarczych. Wprawdzie gospodarka cyfrowa nie stanowi odrębnego systemu ekonomicznego, ale funkcjonuje ona równoległe z gospodarką tradycyjną i coraz bardziej zyskuje na znaczeniu.

3. Przedsiębiorstwo w gospodarce P2P – scenariusz oparty na kooperacji i współpracy

System gospodarczy P2P zdecydowanie różni się od systemu gospodarki tradycyjnej opisanej w poprzednim podrozdziale. Różnice te przejawiają się w braku formalnej wyceny rynkowej (ang. *formal market pricing*), jak również braku rynkowej i formalnej alokacji zasobów. Jean-Jacques Lambin za Michélem Bauwensem [2014, s. 87] wymienia inne różnice w zakresie obu „systemów”. Należą do nich:

- postrzeganie przez uczestników gospodarki rynkowej ich własnych korzyści, a także brak udziału w dążeniu do wspólnego celu;
- funkcjonowanie rynków na podstawie zasady „neutralnej” współpracy, nie zaś zasad wzajemności i współpracy synergicznej;
- oparcie celu działalności rynków na wartości wymiennej i zysku, nie zaś na wartości użytkowej.

Jak podaje Mike Jaconi, „gospodarka P2P oznacza działalność gospodarzą, która spełnia wymagania konsumentów poprzez natychmiastowe świadczenie usług i towarów” [Jaconi, 2014]. Ramy struktury biznesowej gospodarki P2P tworzą:

- usługi składające się na rdzeń gospodarki P2P:
 - management logistyczny i dystrybucyjny;
 - internetyzacja usług wykonywanych dotychczas w trybie offline;
- technologie konsumenckie (ang. *consumer technology*):
 - łączność;
 - urządzenia i zastosowania mobilne;
 - rynek aplikacji;
- zachowania konsumentów (ang. *consumer behavior*):
 - efektywność i operatywność;
 - skuteczność;

- prostota;
- mobilność;
- społeczność;
- jednoczesna orientacja na wartość i komfort, wygodę;
- natychmiastowe zadowolenie;
- usługi i zasoby uzupełniające (ang. *complementary resources*):
 - systemy płatności;
 - usługi „w chmurze”;
 - platformy zarządzania relacjami z klientami (ang. *Customer Relationship Management, CRM*) [www 3; www 4; por. Stępnicka, 2017].

Gospodarka P2P, która z założenia ma dotyczyć działalności oddolnej, czyli dokonującej się w relacjach biznesowych C2C (ang. *consumer-to-consumer*, tj. „klient indywidualny do klienta indywidualnego”), coraz częściej wykracza poza tradycyjne ramy przyjętej definicji i dotyczy relacji biznesowych typu B2C (ang. *business-to-consumer*, tj. firma-konsument) [por. Stępnicka, 2017].

Gospodarka P2P zmienia dotychczasowy sposób myślenia o przedsiębiorstwie i przedsiębiorcy, przeddefiniowując kategorię zysku jako głównego celu jego działalności (w świetle podejścia neoklasycznego). W myśl scenariusza opartego na współpracy i kooperacji dla współczesnych przedsiębiorstw funkcjonujących w gospodarce P2P istotna wydaje się być zatem realizacja zasady *shared value*, zaproponowanej i zdefiniowanej przez Jerzego Hausnera i Mateusza Zmyślonego [2015, s. 8], którą cytowani autorzy pojmują w następujący sposób: „Wartość wspólna to procedury i praktyki operacyjne, które zwiększają konkurencyjność firmy i jednocześnie wpływają korzystnie na gospodarce i społeczne warunki funkcjonowania ludzi, wśród których ta firma działa”. Jak podają autorzy, „Sens omawianej koncepcji polega na tym, aby przedsiębiorstwa, prowadząc swoją biznesową działalność, otwierały się na wzajemnie korzystną współpracę ze społecznymi aktorami występującymi w ich otoczeniu, aby wspólnie z nimi wytwarzać wartość ekonomiczną, która jest rozumiana jako korzyść w relacji do kosztu, czyli utożsamiona z nadwyżką ekonomiczną. Tego rodzaju kooperacja może prowadzić do tego, że przedsiębiorstwa będą aktywnie wychodzić z działalnością poza swoje granice, podejmując długofalową, korzystną dla nich współpracę, a nie tylko koncentrować się na monetyzacji tego, co potrafią same wytworzyć” [Hausner i Zmyślony, 2015, s. 8].

Jak wskazują Jerzy Hausner i Mateusz Zmyślony [2015, s. 64-65], działając pojedynczo, przedsiębiorstwa nie są w stanie przeciwstawić się modelowi tradycyjnemu i zmodyfikować mechanizmu gospodarowania, zaś tak, jak kilkadziesiąt lat temu firmy przeszły od formuły „gospodarki skali” (ang. *economies of size*) do formuły „gospodarki zakresu” (ang. *economies of scope*), tak współcze-

śnie konieczne staje się zerwanie z modelem „gospodarki korzystania z okazji” (ang. *economies of opportunities*) na rzecz „gospodarki doskonalenia się” (ang. *economies of excellence*). Model taki będzie możliwy do uzyskania przede wszystkim poprzez starania o bycie coraz lepszym, zaś cel ten wymaga konieczności współdziałania z innymi przedsiębiorstwami i utrzymania pozycji potrzebnego rynkowego partnera [Hausner i Zmyślony, 2015, s. 65].

Tę zmianę paradygmatu w ekonomii i nowe podejście do biznesu wzmagają także takie nurty i kierunki, jak wikinomizacja i prosumeryzm, crowdfunding, crowdsourcing, youtubifikacja, erbienbizacja ekonomiczna i społeczna, produkcja partnerska (ang. *peer production*), oparte na współtworzeniu wartości przez różne podmioty, w tym również przedsiębiorstwa, a także włączanie konsumentów na zasadzie aktywnych interesariuszy w proces tworzenia produktów i usług.

Podsumowanie

Rozwój gospodarki i handlu P2P rodzi zarówno korzyści, jak i wiele zagrożeń dla bezpieczeństwa ekonomicznego gospodarek różnych państw. Prezentowane scenariusze funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw w gospodarce P2P stanowią niewątpliwie formę założeń, choć już na tym etapie można wskazać szanse i korzyści, jak również bariery oraz ograniczenia, jakie wynikają z funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce P2P.

Do najważniejszych korzyści analizowanego systemu (nurtu) gospodarki XXI w., opartego zarówno na scenariuszu współpracy, jak i konkurencji, autorka zalicza m.in.: możliwość kooperacji przedsiębiorstw ze środowiskiem lub społecznością lokalną; pobudzanie do współpracy, koprodukcji, prosumeryzmu i współtworzenia; możliwość funkcjonowania na rynku przedsiębiorstw, które nie byłyby w stanie czynić tego samodzielnie; elastyczność modelowania różnych strategii działania w odniesieniu do poszczególnych graczy rynkowych.

Ograniczeniami i zagrożeniami bezpieczeństwa ekonomicznego, wynikającymi z realizacji analizowanych scenariuszy, są m.in.: brak podstaw prawnych regulujących postulaty i założenia gospodarki P2P, a przez to trudności w określeniu działań i aktywności (zarówno ze strony konsumentów, jak i producentów) wpisujących się w model gospodarki P2P, brak chęci i zaangażowania we współpracę i kooperację przez przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku, przedefiniowanie głównych celów i założeń funkcjonowania przedsiębiorstw (tzw. troska o zysk i własny interes), możliwość wykorzystania dominującej pozycji

przez jedno i/lub kilka przedsiębiorstw celem zdobycia przewagi konkurencyjnej lub znacznych udziałów w rynku, monopolizacja rynku, nadmierna niezależność przedsiębiorstw oraz brak możliwości współpracy etc.

Gospodarka i handel oparte na relacjach P2P są nieodłącznym elementem historii, terażniejszości i przyszłości życia gospodarczego. Nie stanowią one nowego paradygmatu w ekonomii, niemniej trudno pomijać ich znaczącą rolę w rozwoju współczesnego systemu gospodarczego. Powrót do korzeni handlu P2P wynika z różnych przesłanek, a do najważniejszych należą: racjonalność gospodarowania, skłonność do oszczędzania, zmiany w zachowaniu konsumentów oraz ich stylu życia.

Literatura

- Buczowska A. (2012), *Cele przedsiębiorstwa a pomiar jego dokonań*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 684: „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia”, nr 45, s. 5-19.
- Dębski J. (2002), *Przedsiębiorczość prywatna w Polsce na przełomie XX i XXI wieku*, t. 1, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok.
- Fletcher K., Tham M. (2014), *Handbook of Sustainability and Fashion*, Routledge, Abingdon.
- Hausner J., Zmyślony M. (2015), *Firma-Idea – nowe podejście do wartości w biznesie*, Agencja Artystyczna GAP, Sopot.
- Jemielniak D., Koźmiński A.K. (2012), *Zarządzanie wiedzą*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Krajewska A. (2004), *Podstawy teorii przedsiębiorstwa* [w:] R. Milewski (red.), *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lambin J.J. (2014), *Rethinking the Market Economy: New Challenges, New Ideas, New Opportunities*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Milewski R. (2004), *Aneks. Alternatywne teorie przedsiębiorstwa* [w:] R. Milewski (red.), *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Porter M.E., Kramer M.R. (2011), *Creating Shared Value*, „Harvard Business Review”, Jan-Feb, s. 62-77.
- Smaga M., Włudyka T. (2012), *Instytucje gospodarki rynkowej*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Stern A. (2016), *Raising the Floor: How a Universal Basic Income Can Renew Our Economy and Rebuild the American Dream*, Public Affairs, New York.
- Stępnicka N. (2017), *On-demand economy vs. szanse i zagrożenia bezpieczeństwa ekonomicznego*, publikacja w procesie recenzyjnym.

Turno B. (2013), *Leniency: Program łagodzenia kar pieniężnych w polskim prawie ochrony konkurencji*, Lex a Wolters Kluwer business, Warszawa.

[www 1] <http://www.collaborativeconsumption.com/2015/11/12/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms> (dostęp: 16.03.2016).

[www 2] <http://stapler.pl/wsrod-tubylcow/> (dostęp: 23.02.2016).

[www 3] <http://www.businessinsider.com/the-on-demand-economy-2014-7?IR=T> (dostęp: 06.08.2017).

[www 4] <http://www.itproportal.com/features/can-the-on-demand-economy-make-it-out-of-the-trough-of-disillusionment/> (dostęp: 07.08.2017).

[www 5] <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499> (dostęp: 4.08.2017).

DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN P2P ECONOMY – SCENARIO BASED ON COOPERATION AND PARTNERSHIP

Summary: Nowadays, P2P economy is one of the fastest growing trends in contemporary economy. It covers transactions between people (so-called P2P, which stands for people-to-people), excluding intermediaries like shops and producers like factories, distributors and corporations. Presented economic system can threaten the economic safety in the XXI century, especially in relation to manufacturing entities. Therefore, it is necessary to change the business model of enterprises, a new approach to business based on wikonomy, prosumption, cooperation, co-creation and including consumers in the process of making products and services.

Keywords: economy, P2P, enterprise, partnership, cooperation.