

بیان عصر استخدام و ظهور سرمایه داری مبتنی بر جمعیت

آرون سندرا راجان

دکتر رضا رادفر

مهدی دریایی



اقتصاد اشتراکی



بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ



The mark of
responsible forestry
FSC® C009732

سرشناسه: سندرا راجان، آرون. Sundararajan, Arun.
عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد اشتراکی، پایان عصر استخدام و ظهور سرمایه‌داری مبتنی بر
جمعیت
نویسنده: آرون سندرا راجان
مترجمان: رضا رادفر، مهدی دریایی
مشخصات نشر: راه پرداخت، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری: ۲۹۲ص.
شابک: ۶-۳۱-۷۷۰۲-۷۷۰۲-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
یادداشت: عنوان اصلی: The sharing economy: the end of employment and the
rise of crowd-based capitalism, 2017.
موضوع: اقتصاد
موضوع: شبکه‌های کسب‌وکار
شناسه افزوده: رادفر، رضا، ۱۳۵۴، دریایی، مهدی، ۱۳۵۸
رده بندی کنگره: HF۱۰۲۵
رده بندی دیویی: ۳۳۰
شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۰۸۰۴۷

پایان عصر استخدام و ظهور سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت

آرون سندرا راجان

دکتر رضارادفر
مهدی دریایی



اقتصاد اشتراکی





عنوان: اقتصاد اشتراکی

ناشر: راه پرداخت

نویسنده: آرون سندرا راجان

مترجمان: رضا رادفر، مهدی دریایی

ویراستار ارشد: مینا والی

ویراستار محتوایی: قاسم سرافرازی

ویراستار فنی: یلدا شایسته‌فر

بازبینی نهایی متن: رضا قربانی

صفحه‌آرا: علیرضا کیوان

ناظر چاپ: قادر شهبازی

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۱

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۳۱-۶

تلفن: ۰۲۱-۴۴۴۳۹۶۶

دورنگار: ۸۹۷۸۴۹۰۲

ایمیل: info@way2pay.press

وبسایت: way2pay.shop

لیتوگرافی: هنر اشکان

چاپ و صحافی: واژه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «انتشارات راه پرداخت» محفوظ است. هرگونه تکثیر، انتشار و بازنویسی این اثر یا قسمتی از آن به هر شکل و شیوه (چاپی، صوتی، ویدئویی، دیجیتال و ...) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

فروشگاه انتشارات راه پرداخت نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، روبه‌روی پاساژ سمرقند، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

@Way2Pay press

Way2Pay.press

@Way2Pay_Network

۱۱ پیش‌گفتار

۳۹ بخش یک: علت

- ۴۰ ۱. اقتصاد اشتراکی، اقتصادهای بازار و اقتصادهای هدیه
۷۴ ۲. بسترسازی: موسسات دیجیتالی و اجتماعی-اقتصادی
۱۰۲ ۳. پلتفرم‌ها؛ نگاهی از درون
۱۲۲ ۴. اقتصادهای مبتنی بر بلاکچین؛ جمعیت به‌عنوان سازنده بازار

۱۴۷ بخش دو: تاثیر

- ۱۴۸ ۵. تاثیرات اقتصادی سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت
۱۸۲ ۶. دورنمای مبهم قوانین و حمایت از مصرف‌کننده
۲۲۲ ۷. آینده کار؛ چالش‌ها و مسائل بحث‌برانگیز
۲۴۸ ۸. آینده کار؛ فعالیت‌هایی که باید انجام شوند
۲۸۴ ۹. جمع‌بندی

دوران استفاده عمومی مردم از اینترنت در دهه ۹۰ میلادی همزمان با بروز شیوه‌های جدیدی از ناهنجاری‌ها و کلاهبرداری‌ها، نگرانی‌های بسیار زیادی در سطح جهان با خود به همراه آورد. افراد شرور شیوه‌های جدیدی برای برهم زدن امنیت در این فضای کاملاً جدید و ناشناخته پیدا کرده بودند و قوانین هم‌کارایی لازم را نداشتند؛ سرعت تهیه و تدوین قوانین در مقابله با آسیب‌های ناشی از سوءاستفاده اینترنت در کشورمان حتی با سرعت کندتری پیش می‌رفت و بنابراین محدودیت‌های زیادی در استفاده از امکاناتی که بر بستر اینترنت راه‌اندازی شده بود، وجود داشت. به لطف جوانان تحصیل‌کرده، پس از مدتی قوانین و مقررات حمایتی در کشور جاری شد و البته آسیب‌های ناشی از این تاخیر مشکلاتی را در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و راه‌اندازی سرویس‌های بانکداری اینترنتی ایجاد کرد.

از طرفی بر خلاف بسیاری از کشورها که انقلاب کشاورزی و انقلاب صنعتی را به صورت کامل تجربه کرده بودند، کشور ما ایران بدون اینکه حتی مراحل انقلاب صنعتی را به‌طور کامل طی کند، به یکباره خود را در میانه عصر دیجیتال دید و با شکل‌گیری غول‌های اینترنتی از دهه ۷۰ شمسی فصل نوینی از کسب‌وکار و خدمات مبتنی بر بستر اینترنت شکل گرفت. امروزه اینترنت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای ارتباطی، نقش مهمی در زندگی مردم بازی می‌کند. پلتفرم‌هایی که بر بستر اینترنت قرار گرفته‌اند، نحوه معاشرت ما را تغییر داده‌اند و زندگی اجتماعی جدیدی را پایه‌ریزی کرده‌اند.

اکنون داده‌ها ارزش پیدا کرده‌اند و زمین و کارخانه جای خود را به اطلاعات و داده‌های خام داده‌اند. سرمایه‌گذاران خطرپذیر داخلی نیز با شتاب بسیار زیادی سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها و پلتفرم‌ها را آغاز کرده‌اند. شتاب و سرعت این تغییرات واقعا سرسام‌آور است!

تنها با گذشت قریب به چند سال از تولد اینترنت؛ چهره جوان این تکنولوژی همراه با تغییراتی سخت شگرف همراه بوده است. جمع‌آوری داده‌های حجیم با استفاده از اینترنت و هوش مصنوعی قدرت تحلیل و پیش‌بینی رفتار انسان‌ها برای تولید محصولات مورد نیاز مطابق با سلیقه مشتریان، یکی از شگفتی‌های دوران ماست.

ظهور کسب‌وکارها و اپلیکیشن‌های جدید بر بستر اینترنت مانند همپاشو، حامی‌جو؛ فروشندگان کالا مانند دیجی‌کالا؛ درگاه‌های پرداخت مانند زرین‌پال، پی‌دات‌آی‌آر؛ خدمات وبمستر و قالب‌های سایت؛ همیار وردپرس، ژاکت؛ ارائه خدمات C2C مثل شیپور و دیوار؛ پخش و رسانه‌های اینترنتی مانند فیلیمو، نماوا؛ ایده‌های کسب‌وکار مانند ایده باران و انبوهی از واسطه‌های خریدوفروش همانند تخفیفان و البته ارائه خدمات تاسیساتی با ایده‌های نوین همانند اسمارت، آپاره، سرویس‌کاران حاصل تلاش خستگی‌ناپذیر جوانان ایرانی و استفاده از فرصت‌هاست.

تیک‌نیک نیز مهربانی را به‌وسیله اپلیکیشن خود مسری کرده و محک گزارش ۲۵ سال زندگی پرافتخارش را در وب منتشر می‌کند. چهره جوان اینترنت در کشورمان به مدد کارآفرینان ایرانی غرورآفرین شده است. تفاوتی ندارد که در تهران زندگی می‌کنید یا محمودآباد! مشهد یا گرگان؛ برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان یک خط اینترنت و کامپیوتر کافی است.

با این حال، اگرچه هنوز خبری از نرم‌افزارهای بومی ویژه پلتفرم‌های توسعه معاشرت‌های اجتماعی نیست، اما احتمالاً در زمان نوشتن این سطرها عده‌ای در فکر تولید اپلیکیشن‌هایی همانند EatWith، VizEat، Feastly و CouchSurfing هستند. ایربی‌ان‌بی پلتفرمی که برای اجاره اقامتگاه‌های مسکونی مورد استفاده کاربران قرار می‌گیرد، در حال رقابت شانه‌به‌شانه با پرتمطراق‌ترین و بزرگ‌ترین هتل‌های دنیاست. آنها حتی موفق شدند با استفاده از امکانات ارتباطی و مخاطبان‌شان دولت‌ها را مجبور به تغییر قوانین دست‌وپاگیر گذشته کنند.

وجود این اپلیکیشن‌ها که بر اساس اعتماد و توسعه روابط اجتماعی بنا شده است، موجب شده تا شکل جدیدی از همکاری میان مردمی که حتی یکدیگر را ندیده‌اند و نمی‌شناسند، شکل بگیرد. بر خلاف سال‌های ابتدایی ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی که موجب انزوای افراد جامعه شده بود، پلتفرم‌های جدید تلاش می‌کنند تا مردم را بیشتر در معرض معاشرت‌های اجتماعی قرار دهند و همکاری‌های موثر ایجاد کنند.

اینترنت حتی به بستری حیاتی برای شیوه‌های نوین حل مساله تبدیل شده است. پیشنهاد استفاده از روش‌های حل مساله تحت بستر اینترنت با عناوینی همچون جمع‌سپاری (crowdsourcing) و هوش جمعی (collective intelligence) مورد توجه بسیار زیادی قرار گرفته است.

مفهوم جمع‌سپاری موجب شده تا انقلاب جدیدی بر بستر اینترنت رخ دهد که بلاکچین نام دارد و وجود ارزهای دیجیتالی از جمله بیت‌کوین را ممکن کرده است. بلاکچین تکنولوژی آینده است که در زمان حاضر ظهور کرده است. دامنه تاثیر این تکنولوژی بر اقتصاد کشورها قابل پیش‌بینی و اندازه‌گیری نیست و می‌تواند بسیاری از صنایع از جمله صنعت بیمه، نحوه اجرای قراردادها، صنعت موزیک، دولت الکترونیک، خدمات عمومی و ثبت احوال و اسناد را از اساس متحول کند و بسیاری از سازمان‌های مالی و اعتباری مطرح و میلیارد دلاری دنیا را در لحظه بیلعد. ظهور ارزهای دیجیتالی که بر بستر بلاکچین قرار گرفته است، شور و شغف وصف‌ناپذیری برای افرادی به وجود آورده که با انحصار دولت؛ به‌ویژه در توزیع و چاپ پول موافق نبودند. اعتقاد این گروه بر این است که بانک‌ها با همکاری دولت‌ها پول‌ها را صرف کارهایی می‌کنند که مالیات‌دهندگان و سپرده‌گذاران تمایل به انجام چنین کارهایی ندارند. ظهور ارزهای دیجیتالی و سرعت فراگیری این تکنولوژی چهره دنیای ما را در مدت بسیار کوتاهی دستخوش تغییرات بنیادین خواهد کرد. شاید در آن زمان استفاده ابزاری کشورهای قدرتمند از واحد پولی خود برای اجبار دیگر کشورها بر رفتار خاص نیز کارآمد نباشد. دولت‌های مخالف هم سیاست‌های مقابله اتخاذ خواهند کرد و تلاش می‌کنند تا ارزش پول خود را حفظ کنند. در این میان باید دید مردمی که با استفاده از اینترنت. به‌عنوان یک پروژه از ابتدا دولتی. قدرت گرفته‌اند، برنده این چالش خواهند بود یا دولت‌ها! چنین سطحی از همکاری‌های متقابل میان مردم و نظارت عالیه مردم بر عملکرد دولت‌ها که مسبب آن اینترنت بوده است، سابقه زیادی ندارد. آیا می‌توان گفت که پس از دو جنگ جهانی خونین و پرهزینه و با ده‌ها میلیون کشته و زخمی اینترنت توانسته در طول قریب به ۷۰ سال ما را به مدلی از همکاری‌های اقتصادی نزدیک کرده و همکاری و همراهی همگان را برای ساخت

اقتصاد و دنیای جدید طلب کند؟

چگونه اینترنت توانست ملیت‌هایی را که در طول سالیان طولانی به یکدیگر بی‌اعتماد بودند، از طریق ابزارهای در دسترس در کنار یکدیگر قرار دهد؛ به‌وسیله اسنپ و تپ‌سی سوار ماشین هم شوند، در حالی که یکدیگر را نمی‌شناسند، در خصوص موضوعات زیست‌محیطی همکاری کنند یا برای استخراج ارزهای دیجیتال و نگهداری شبکه بلاکچین در کنار هم قرار بگیرند و شبکه عظیمی از استفاده‌کنندگان غیرمتمرکز را مدیریت کنند، در کنار هم شام بخورند یا با استفاده از پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی و اقتصاد هدیه با هر ملیتی میهمان شبانه یکدیگر باشند.

با وجود اینترنت و توسعه همبستگی و وابستگی میان افراد و اقوام مختلف جامعه، وقوع جنگ جهانی سوم دور از ذهن است...

دکتر رضا رادفر

 radfar@gmail.com

مهدی دریایی

 mehdi.daryaei@carleton.ca

 @kdaryaei

 mdryie

آن چیزهایی که در زندگی اهمیت دارند، اشیا نیستند. سایر مردم هستند. روابط است.
تجربه است.

برایان چسکی، ۲۹ مارس ۲۰۱۳

پیش‌گفتار

من در منهن زندگی می‌کنم. ماشین ندارم که چندان هم غیرمعمول نیست. کمتر از یک‌چهارم ساکنان منهن صاحب ماشین هستند، ولی در بعضی مواقع، من هم به ماشین نیاز پیدا می‌کنم و یافتن ماشین اجاره‌ای مقرون‌به‌صرفه در منهن کار راحتی نیست. غالباً باید چند مایل تا محله کوئینز یا نیوجرسی سفر کنید تا بتوانید ماشینی پیدا کنید که اجاره روزانه آن کمتر از صد دلار باشد.

ضمناً، خیابان‌های اطراف آپارتمان من با صدها و صدها ماشین پارک شده، اشغال شده است. از تویوتا کرولاهای درب‌وداغان قدیمی گرفته تا بی‌ام‌دبلیوهای دل‌برا. (اگرچه تا به حال در این اطراف تسلا ندیده‌ام؛ ماشینی که واقعا دلم می‌خواهد روزی با آن رانندگی کنم.) زمانی که دخترم کلاس دوم بود، گاهی برای رساندن او به مدرسه دیر می‌کردم. در بسیاری از صبح‌های سرد زمستان که سراسیمه سعی می‌کردم تاکسی بگیرم، همیشه با خودم فکر می‌کردم چقدر خوب می‌شد اگر می‌توانستم یکی از این ماشین‌های پارک شده را بی‌درنگ قرض بگیرم، دخترم را به مدرسه برسانم و ماشین را شاید به همراه یک ۱۰ دلاری به جای خود برگردانم و یادداشتی روی داشبورد: «سپاسگزارم!»

امروزه شرکتی وجود دارد که به شما اجازه می‌دهد با گوشی تلفن همراه این کار را انجام دهید؛ ماشین پارک شده فرد دیگری را به مدت یک ساعت، فوری، به مبلغ حدوداً ۱۰ دلار در ساعت قرض بگیرد. اسم این شرکت گت‌اروند^۱ است. (به‌صورت خیلی اتفاقی در سال ۲۰۱۱ با گت‌اروند آشنا شدم که البته این آشنایی با صبح زود و پیدا کردن وسیله نقلیه برای مدرسه ارتباطی ندارد. در ادامه به این موضوع خواهیم پرداخت.) وقتی گزارش سالانه ترندهای اینترنت که در دسامبر ۲۰۱۲، توسط خانم ماری میکر تهیه شده بود را می‌خواندم، موضوع گت‌اروند و دیدگاهی که در مورد قرض گرفتن همتابه‌همتا^۲ی ماشین در منهن پهن‌آور داشتم را به خاطر آوردم. (۱) میکر که به‌عنوان تحلیلگر پیشگام تکنولوژی در دوره رشد سریع «دات‌کام»‌ها از اواخر دهه ۱۹۹۰ فعال بوده است، از سال ۱۹۹۵ این گزارش تاثیرگذار سالیانه را منتشر می‌کرد. گزارش او بر این نکته تاکید داشت که چگونه امروزه همه چیزمان را، از تعاملات مان با یکدیگر گرفته تا قرض دادن‌ها را به شیوه‌ای نوین بازنگری کرده‌ایم؛ به‌نحوی که موجب ظهور نسل جدیدی از

1. Getaround
2. Peer-to-peer

جامعه به نام «دارایی کم حجم»^۱ شده است. میکرومدل‌های شغلی دیجیتال محور و تجربیات مصرف‌کنندگان را در دامنه بزرگی؛ از موضوعات مربوط به املاک و مستغلات و نیروی کارگری شرکتی گرفته تا بانکداری شخصی، مسافرت، تفریح و حمل‌ونقل را توصیف می‌کند که افول ساختارهای عصر صنعتی را سرعت می‌بخشند. در اسلایدهای پاورپوینت او مجموعه‌ای از تصاویر متضاد در کنار هم را می‌توان مشاهده کرد که تفاوت‌های شدید میان نسل‌های به اصطلاح دارایی حجیم^۲ و دارایی کم حجم را به تصویر کشیده است؛ تصویری از یک فرد مسن علاقه‌مند به صفحات قدیمی موسیقی و جعبه‌های نوار کاست قدیمی را در مقابل تصاویری از نرم‌افزارهای پخش موسیقی اسپاتیفای، پاندورا و آی‌تیونز؛ هتل بلندمرتبه رامادا این^۳ در برابر یک خانه درختی برای اجاره در پلتفرم هم‌تابه‌همتا در ایربی‌ان‌بی؛ کارمندان تمام‌وقتی که گوش تا گوش در ردیف‌ها و صف‌های طولانی در حال کارند، در مقابل تصویری از بازارهای فریلنسری^۴ مبتنی بر اینترنت. پیامی که اسلایدهای میکرو منتقل می‌کند، به اندازه کتاب‌های تصویری کودکان ساده و واضح بود؛ فلسفه مالکیت دارایی‌ها برای استفاده شخصی، دوره موسسات سنتی و فیزیکی^۵، دوران ارزش مقاوم در برابر نوسانات، شغل و حقوق دائمی در حال از بین رفتن بودند و در عوض دسترسی اشتراکی، تبادلات مجازی، پول دیجیتالی و نیروی کار انعطاف‌پذیر تقاضا محور^۶ در حال ظهور بودند.

زمانی که اسلایدهای میکرو را مرور می‌کردم، می‌دانستم که پیش‌بینی او از یک نسل «دارایی کم حجم» تنها بخشی از یک تغییر اقتصادی و اجتماعی دامنه‌دار است که قبلاً به وقوع پیوسته است؛ تغییری اساسی به سمت روش‌های جدید سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی در حال وقوع است که در قرن حاضر به سرعت حکم‌فرما خواهد شد. دسته‌بندی رفتارها (و سازمان‌هایی) که بسیاری از ما خوش‌بینانه آن را «اقتصاد اشتراکی»^۷ نام نهاده‌ایم، نمونه‌هایی ابتدایی از آینده‌ای هستند که در آن تبادلات هم‌تابه‌همتا به سرعت فراگیر شده و در مرکز این

-
1. Asset-light
 2. Asset-heavy
 3. Ramada Inn
 4. Freelancing
 5. Brick-and-Mortar
 6. On-demand
 7. Sharing Economy

سرمایه‌داری، «جمعیت»، جایگزین شرکت‌ها خواهد شد. تغییرات بنیادین در حال وقوع‌اند. جملاتی شبیه به این در طول دودهمه‌دهه اخیر بسیار معمولی و پیش‌یافته شده‌اند. ظاهراً مدیران اجرایی در برابر وقوع این تغییرات پی‌درپی، به‌ویژه تغییراتی که توسط تکنولوژی‌های دیجیتال ایجاد شده است، به‌نوعی سر‌تسلیم فرود آورده‌اند. تغییرات بنیادین و برانداز، سلسله‌کلماتی که شاید می‌توانند در بیشتر مواقع قابل چشم‌پوشی باشند، قاصد فعالیت‌های خلق ثروتی هستند که مخترعان سیلیکون‌ولی به‌طور فعال به‌دنبال آنها هستند. همواره شاهد یک ریتم ثابت از سخنرانی‌های تد‌بوده‌ایم و ادعاهای بزرگی در مورد اینکه تکنولوژی‌های دیجیتال، نقش کاتالیزوری برای وقوع تغییرات انقلابی دارند و اکسیر همه مشکلات بزرگ جهان هستند، شنیده‌ایم. بنابراین اگر برخی خوانندگان، ادعای من در مورد دگرگونی‌های قریب‌الوقوع را همراه با بدبینی و شکاکیت ببینند، تعجب نخواهم کرد. پس یک قدم به عقب برمی‌گردیم و با تعمق در نمونه‌های کوچک از این رفتارهای «جدید»، به درک اقتصاد اشتراکی می‌پردازیم. بسیاری از ما (تقریباً ۷۰ میلیون نفر از سال ۲۰۱۶) برای اسکان در شهر یا روستایی که برای چند روز از آن دیدن می‌کنیم، از طریق پلتفرم ایربی‌ان‌بی در اتاق اضافه یک نفر دیگر مانده‌ایم یا کل خانه را اجاره کرده‌ایم. بسیاری از افراد دیگر هم از طریق پلتفرمی که بر مبنای حق عضویت توسط خانم دبی واسکو با عنوان لاهوم‌سواپ^۱ راه‌اندازی شده است، خانه‌های خود را معاوضه کردند که من در فوریه ۲۰۱۲، زمانی که اریکا سوالو از سایت مش‌ای‌بل^۲ (کارآفرین حوزه تکنولوژی و یکی از دانشجویان سابق و مورد علاقه‌ام در دانشگاه نیویورک) مقاله خود در مورد اقتصاد اشتراکی را در کلاس دوره لیسانس ارائه داد، با آن آشنا شدم. (۳) می‌توانید مسافت‌های کوتاه را با استفاده از اپلیکیشن‌هایی مثل لیفت و اوبر سفر کنید، اینها پلتفرم‌هایی هستند که راننده‌های صاحب ماشین و علاقه‌مند به رساندن افرادی که به ماشین نیاز دارند را به هم ارتباط می‌دهند. اگر تاکسی درستی یا تاکسی درخواستی، مناسب سفر شما نبود، می‌توانید با استفاده از اپلیکیشن دیدی‌کوادی^۳ در چین داخل اتوبوس صندلی بگیرید یا با استفاده از پلتفرم اولا^۴ در هند اتوریکشا بگیرید. قادر خواهید بود از طریق پلتفرم‌های اجاره هم‌تابه‌همتا

1. LoveHomeSwap

2. Mashable

3. Didi Kuaidi

4. Ola

گت ارونند و تورو^۱ (ریلی رایدز سابق) در ایالات متحده، در ایوی^۲ در فرانسه و آلمان، اسنپ کار^۳ در هلند، ایزی کار کلاب^۴ در انگلستان و یورد رایور^۵ در نیوزیلند، به ماشین افراد دیگر دسترسی پیدا کنید. می‌توانید از طریق پلتفرم‌های غذاخوری اجتماعی، مثل ایت‌ویت^۶ در بارسلونا، فیستلی^۷ در نیویورک، یا ویزایت^۸ در پاریس که به افراد علاقه‌مند به آشپزی اجازه می‌دهند تا سایرین به خانه آنها سر زده و شام یا ناهارشان را با دیگران صرف کنند، سر میز یک نفر دیگر غذا بخورید. با داشتن دارایی نقدی ناچیز ۱۰۰ پوند می‌توانید وامی با بهره ۲۰ پوند یا بیشتر را از طریق پلتفرم وام‌دهی همتا به همتای فاندینگ سرکل^۹ به کسب و کارهای کوچکی که دوست دارید قرض بدهید. (۴) می‌توانید از طریق بازارهای کار هندی^{۱۰}، تسکر بیت^{۱۱} و تام‌تک^{۱۲} خدمات خود را به عنوان یک نظافتچی منزل، تاسیسات کار، لوله‌کش، برق‌کار، یا نقاش عرضه کنید (یا یک نفر فریلنسر استخدام کنید که چنین مهارت‌هایی را دارد). دریافت این خدمات به صورت مستقیم از دیگران بسیار ساده است و معمولاً فقط نصب یک اپلیکیشن و احراز هویت از طریق دسترسی به حساب کاربری فیس‌بوک‌تان را شامل می‌شود. تبدیل شدن به یک تامین‌کننده کسی که این خدمات اشتراکی را ارائه می‌دهد نیز بسیار ساده است. جول استاین، روزنامه‌نگار، در مقاله پر از نکته و جالب خود که در فوریه ۲۰۱۵ در مجله تایم با عنوان «حکایت‌های اقتصاد اشتراکی» به نگارش درآورده است، از تجربیات خود به عنوان تامین‌کننده خدمات در نقش‌های متفاوت در اقتصاد اشتراکی می‌گوید. او توصیف می‌کند «علاوه بر اجاره دادن حرفه‌ای ماشین، فعالیت به عنوان راننده تاکسی، رستوران‌دار و معامله‌گر پایاپای هم شدم»، در ادامه نیز اشاره می‌کند که اگر مخالفت‌های همسر عزیزم «کاساندر» نبود، نگه‌دارنده سگ و هتل‌دار نیز می‌شدم. (۵) اگر این فعالیت‌ها قرض گرفتن خانه کسی، سوار

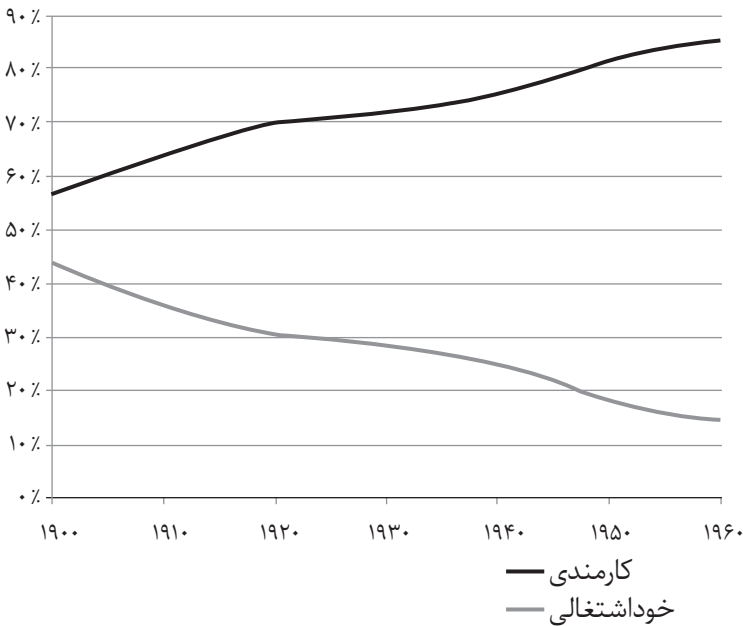
-
1. Turo
 2. Drivy
 3. SnappCar
 4. EasyCarClub
 5. Yourdriver
 6. EatWith
 7. Feastly
 8. VizEat
 9. FundingCircle
 10. Handy
 11. TaskRabbit
 12. Thumbtack

ماشین کسی شدن، قرض گرفتن ماشین، سهم‌شدن در یک وعده غذا، وام‌گرفتن، کمک به تعمیرات خانه و... برای شما چندان جدید به نظر نمی‌رسند، شاید به دلیل این است که واقعا جدید نیستند. پس احتمالا نکته جدید در این است که این تبادلات از نوع «اقتصاد هدیه» نیست و پای پول در میان است. استفاده از عنوان خاص اشتراکی که استاین آن را تجربه کرد، بر این نکته تاکید دارد که در تمام این مثال‌ها، اشتراک موضوع اصلی است؛ اشتراک فضا، ماشین، غذا، پول، زمان. هیچ‌یک از این خدمات رایگان ارائه نمی‌شوند. اگر به شخصی خدمت ارائه می‌کنید، در ازای آن به شما پول پرداخت می‌کند. شما نیز به تامین‌کننده‌ای که چیزی را با شما به اشتراک می‌گذارد، پول پرداخت می‌کنید. پس بیایید فرض را بر این قرار دهیم که تبادلات هم‌تابه‌ها یک موضوع جدید است. چه مدت اقتصاد جهان تحت سلطه شرکت‌های بزرگ بوده است؟ چگونه توانسته‌ایم شیوه سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی در طول تاریخ بشر و در این سالیان طولانی را توسعه دهیم؟ انقلاب صنعتی که بارقه ظهور تولید انبوه، توزیع انبوه و شرکت‌های مدرن بود، تقریبا ۲۰۰ سال پیش آغاز شد. (۶) آلفرد چندلر، تاریخ‌دان اقتصادی در بازگویی داستان سرمایه‌داری مدرن آمریکایی، با عنوان دست مرئی، تصویر واضحی را از اقتصاد ایالات متحده در آن دوران ترسیم می‌کند:

در سال ۱۷۹۰ هنوز تجار معمولی بر اقتصاد حکمرانی می‌کردند. در این اقتصاد، خانواده واحد تجاری پایه بود. عام‌ترین این واحدها نیز مزرعه خانوادگی بودند... همان اندک میزان تولیدی که در بیرون از خانه انجام می‌شد، حاصل کار صنعتگران در کارگاه‌های کوچک بود. سم‌باس وارنر در آستانه انقلاب آمریکا در مورد فیلادلفیا می‌نویسد: «عنصر اصلی اقتصاد شهر، مغازه‌هایی بودند که تک‌نفره اداره می‌شدند. بیشتر اهالی فیلادلفیا به تنهایی و برخی بایک یا دونفر نیروی کمکی کار می‌کردند.» (۷)

نگاهی اجمالی به تغییرات تدریجی در فعالیت‌های اقتصادی نشان می‌دهد که پیش از انقلاب صنعتی، درصد قابل توجهی از تبادلات اقتصادی به روش هم‌تابه‌ها بوده که در دل جامعه و به شیوه‌های مختلفی با روابط اجتماعی درهم‌تنیده بود. (۸) اعتماد لازم برای انجام تبادلات اقتصادی اساسا از انواع متنوع پیوندهای اجتماعی سرچشمه می‌گرفت. (۹) بنابراین فعالیت‌هایی مانند میزبانی از بازدیدکنندگانی که به شهر می‌آیند، سهم‌شدن غذا

با بازدید کنندگان، همسفری، یا قرض گرفتن پول از یک هم‌نوع؛ فعالیت‌های چندان جدیدی نیستند و پذیرفتن آن ساده است. در کنار آن مشغول شدن به برخی از کار آفرینی‌های اقتصادی خرد، خرید و فروش یا «ساخت» صنایع دستی به عنوان تأمین‌کننده مستقل هم‌اساسا موضوع جدیدی نیستند. در حقیقت، در آستانه قرن بیستم، نزدیک به نیمی از نیروی کار با حقوق و مزایا در ایالات متحده دارای شغل مستقل بودند. (۱۰) تا سال ۱۹۶۰ این رقم به کمتر از ۱۵ درصد رسید. (شکل ۱/۰ را ببینید.) همچنین احتمال اینکه این افراد دارای شغل مستقل تا قبل از سال ۱۹۹۰ بیش از نیمی از نیروی کار با حقوق و مزایا را تشکیل دهند، بسیار زیاد است.

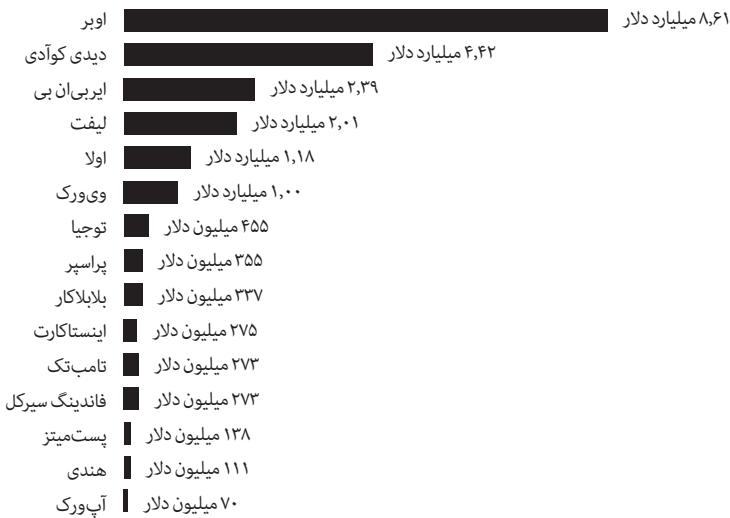


شکل ۱-۰: نیروی کار دارای درآمد در ایالات متحده، ۱۹۰۰-۱۹۶۰.

یکی از دلایل این تغییر قابل توجه در طول چند دهه اول قرن بیستم در ترکیب نیروی کار، جدایی و دور شدن بسیار زیاد اقتصاد از کشاورزی (که در آن زمان، عمدتاً توسط کشاورزان مستقل انجام می‌شد) و حرکت به سمت سایر سبک‌های زندگی بود. اما حتی خارج از محدوده کشاورزی، در همان دوره، درصد نیروهای کار آمریکایی که دارای شغل مستقل (و به ثبت

نرسیده) بودند، از نزدیک به ۳۰ درصد در سال ۱۹۰۰ تا حدود ۱۰ درصد در سال ۱۹۶۰ کاهش داشته و در ۵۰ سال بعدی، دوره‌ای که طی آن شرکت‌های بزرگ بر اقتصاد ایالات متحده حاکم بودند، تقریباً به همان میزان باقی ماند. (۱۱) بنابراین نمی‌خواهم بگویم که عصر صنعتی یک پلک بر هم زدن در تاریخ بشر است، بلکه برعکس، منظورم این است که شیوه و شکل‌های تبدلات، تجارت و استخدام‌های مرتبط با اقتصاد اشتراکی جدید نیستند. به نظر می‌رسد تکنولوژی‌های دیجیتال امروزی ما را به رفتارهای اشتراکی‌اشنای آن دوران، شغل مستقل و انواع تبدلات مبتنی بر جامعه که در گذشته وجود داشتند، برمی‌گردانند. این جنبه «کاملاً جدید نبودن» هم از نظر ماهیت فعالیت‌ها و هم شیوه کار، به این خاطر اهمیت دارد که این حالت بهبودیافته از یک موضوع آشنا، بسیار سریع‌تر مورد پذیرش گسترده قرار خواهد گرفت و تاثیرات اقتصادی بیشتری در مقایسه با خلق تجربیات مصرفی کاملاً جدید یا الگوهای استخدامی نوین خواهد داشت. ممکن است اینجا این سوال بدیهی پیش بیاید که آیا اصولاً رویه جدیدی در اقتصاد اشتراکی به وجود آمده است؟ اگر تمام این فعالیت‌های به‌ظاهر «نوین» در گذشته بسیار رایج بودند، پس این میزان از هیجان برای چیست؟ خب، اول اینکه راه‌های جدید انجام این کارهای آشنا، از تکنولوژی‌هایی قدرت می‌گیرند که «جامعه» اقتصادی شما را فراتر از خانواده یا دوستانی که در همسایگی تان زندگی می‌کنند تا مجموعه‌ای از جمعیت دیجیتالی، گسترش می‌دهند و به ما اجازه می‌دهند تا به قول جولیت شور، جامعه‌شناس، مشغول «اشتراک با بیگانه» شویم. (۱۲) دوم اینکه موتور سرمایه‌داری بازارهایی که بر اساس تکنولوژی بنا نهاده شده‌اند، اندازه و میزان این «اشتراک» و نیز رفتارهای کارآفرینی را به شکل قابل توجهی توسعه داده‌اند که بسیار بزرگ‌تر از آن چیزی است که اخیراً در اقتصادهای مدرن رواج پیدا کرده است و آن سرچشمه‌ای که ما از نظر اقتصادی برای آن ارزش قائل می‌شویم را از شرکت‌های سنتی دور کرده و به سمت جمعیتی از کارآفرینان می‌برد که از طریق یک بازار دیجیتالی به آنها دسترسی داریم. به همین دلیل است که گاهی موضوع این کتاب را نظام سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت می‌دانم. در خلال سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ شرکت‌های جدیدی که در حال ایجاد این شیوه نوین از سرمایه‌داری هستند، موفق به جذب منابع مالی سرسام‌آوری از طرف سرمایه‌گذاران شده‌اند. شکل ۲-۰ ارزش سرمایه‌خطرپذیری که در برخی از فعال‌ترین پلتفرم‌ها سرمایه‌گذاری شده است را به صورت خلاصه نشان می‌دهد که بالغ بر

یک میلیارد دلار ارزش دارند و بسیاری را امروزه با عنوان «یونیکورن» می‌شناسیم. اما توانایی این پلتفرم‌ها برای انتقال به نوع جدیدی از اقتصاد، بسیار فراتر از این سرمایه‌های خطرپذیر است. سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری می‌تواند تعریف داشتن شغل را از اساس تغییر دهد. بنابراین دیدگاه معمول ما تغییر خواهد کرد. بسته‌های امنیت اجتماعی جامعه نیز که بودجه آن غالباً از طریق استخدام‌های شرکتی تامین می‌شود، به چالش کشیده خواهد شد. همچنین شیوه تامین منابع مالی، تولید، توزیع و مصرف کالاها، خدمات و زیرساخت‌های شهری به تدریج تغییر می‌کنند و سبک‌های جدید سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی دوباره تعیین خواهند کرد که به چه کسانی اعتماد کنیم، چرا به آنها اعتماد کنیم، یا چه چیزی دسترسی به فرصت‌ها را تعیین می‌کند و چقدر به یکدیگر احساس نزدیکی می‌کنیم.



شکل ۲-۰۰: برخی از پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی و سرمایه خطرپذیری که از دسامبر ۲۰۱۵ موفق به جذب شده‌اند.

چند سالی است که با دیدن این پیشرفت‌های جدید شگفت‌زده می‌شوم. اما از سال ۲۰۱۱ و از وقتی به شدت روبرو رشد بازارهای دیجیتالی همتابه‌همتا توجه کردم، بیشتر به‌ت زده شدم. من از اواخر دهه ۱۹۹۰ در مورد تاثیرات تکنولوژی‌های دیجیتال بر کسب‌وکار و جامعه، پژوهش و تدریس می‌کنم. ای بی، اولین بازار بزرگ همتابه‌همتای اینترنتی، در سال ۱۹۹۵ تاسیس شد،

در سال ۱۹۹۸ عمومی شد و تاکنون که من در سال ۲۰۱۵ این کتاب را می‌نویسم، کاملاً موفق باقی مانده است. چرا برای ظهور ایربی‌ان‌بی و سایرین تا سال ۲۰۰۷ طول کشید؟ چه نقصی تا آن زمان وجود داشت؟

ایربی‌ان‌بی؛ دنیای خود را درست طراحی کنید

من اولین بار برایان چسکی، مدیرعامل ایربی‌ان‌بی را در تابستان ۲۰۱۳ در منطقه هلزکیچن منهنث به‌عنوان میهمان شام ملاقات کردم؛ جایی که با گروهی از میزبانان ایربی‌ان‌بی، کارآفرینان نیویورک‌سیتی و حامیان اقتصاد اشتراکی معاشرت کرده بودم. چسکی، هنرمند طراحی که در دانشکده طراحی رودآیلند آموزش دیده است، حضور یکباره‌اش در کارآفرینی با پلتفرم ایربی‌ان‌بی را به‌عنوان بخشی از فصل پنجم زندگی خود می‌بیند. از سخنرانی خود در بهار ۲۰۱۵ نقل می‌کرد که «عمیقاً دلم می‌خواست در ورزش‌هاکی ترقی کنم. به کانادا سفر کردم، سپس برای تمرینات‌هاکی به آکادمی ورزش‌های جوانان رفتم و آنجا بود که متوجه شدم قرار نیست بازیکن حرفه‌ای‌هاکی شوم». سپس، زمانی که در دبیرستان نیسکایونا مشغول تحصیل بود، یکی از معلمان متوجه توانایی‌های هنری چسکی شد. «دیدم هنرمند دارد رشد می‌کند، واقعا معلم؛ نورمن راکول را تحسین می‌کردم». و او را تشویق می‌کند تا پیگیری هنر خود باشد که منجر به ترقی و نمایش کارهای او در کاخ کنگره آمریکا در ۱۶ سالگی شد. این مسیر هنری منجر به تحصیل در دانشکده طراحی رودآیلند و سپس ادامه تحصیل در طراحی صنعتی شد که چسکی از آن به‌عنوان فصل بعد زندگی خود یاد می‌کند. زمانی که چسکی با ایربی‌ان‌بی شروع به کار کرد، آینده ساده‌ای در نظرش بود. «توانایی پرداخت اجاره‌مان در اکتبر ۲۰۰۷ انگیزه شروع به کار ایربی‌ان‌بی بود. به یاد دارم که یک چک ۱۱۵۰ دلاری برای اجاره داده بودم. صاحب‌خانه اجاره را بالا برده بود. در همان احوال، همایش ملی طراحی نیز قرار بود آخر هفته در سان‌فرانسیسکو برگزار شود. تمام هتل‌ها رزرو شده بودند و این ایده به ذهن‌مان رسید که چه می‌شود اگر خانه‌مان را به تخت و صبحانه برای بازدیدکنندگان کنفرانس طراحی تبدیل کنیم. جو (جیبا، یکی از بنیان‌گذاران ایربی‌ان‌بی و دوست دانشگاهی و هم‌خانه چسکی در آن زمان) سه تشک بادی داشت. آنها را از کم‌بیرون کشیدیم. اسمش را ایربد اند برکفست گذاشتیم.»

چسکی ادامه داد: «ماموریتش به نوعی ساده و بی‌آلایش بود؛ حل مشکل و کمک به مردم؛ فکر می‌کنم شاید در درونش کمی زیبایی هم نهفته باشد.» البته زمانی که در سال ۲۰۱۳ چسکی را ملاقات کردم، او و همکارش جیبا و نیتان بلوچارزیک، ایربی‌ان‌بی را از ایربداندرکفست کوچک به یک پلتفرم جهانی با صدها هزار «میزبان». مردمی که اتاق‌های خواب اضافی، آپارتمان، خانه، خانه‌های درختی، خانه‌های ساحلی، قایق و بسیاری چیزهای دیگر را به میهمانان اجاره می‌دهند. با جذب بیش از ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه خطرپذیر، تبدیل کرده بودند و از سال ۲۰۱۶، رشد نمایی آنها همچنان ادامه دارد. همان‌گونه که بلوچارزیک در میزگردی در جلسه مجمع جهانی اقتصاد ۲۰۱۶ در داووس اشاره کرد، «تا به امروز، ۷۰ میلیون میهمان در خانه یک غریبه ساکن شده‌اند که ۴۰ میلیون نفر از این آمار مربوط به سال گذشته است، پس سال گذشته به تنهایی از مجموع هفت سال اخیر بیشتر بوده است.»

کارایی بسیار بزرگ اقتصادی، بخشی از آینده‌ای است که همواره در الگوی کسب و کار ایربی‌ان‌بی حس کرده‌ام و ظاهراً دارد این کارایی را به نمایش می‌گذارد. مردم فضاهایی برای اسکان دارند که همیشه از آن استفاده نمی‌کنند. سایرین هم گاهی برای مدت کوتاهی نیاز به محلی برای اسکان دارند. اگر یک پلتفرم اینترنتی بتواند مردمی که دارای فضای اقامتی بلااستفاده هستند را با متقاضیان آن ارتباط دهد، آیا صرفه اقتصادی نیز با خود به همراه نمی‌آورد؟ به جای میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری ثابت در ساخت واحدهای اختصاصی برای اسکان کوتاه‌مدت. هتل‌ها. چرا به سراغ میلیون‌ها آپارتمان و اتاق‌هایی که گاه به گاه در سراسر دنیا خالی هستند، نرویم؟

بنابراین مسیری که ایربی‌ان‌بی طی کرده است، می‌تواند یک مدل کوچک متقاعدکننده در پاسخ به این سوال باشد که چرا اصول اقتصاد سرمایه‌داری بر پایه جمع‌سپاری، بر اصول دوران اقتصاد صنعتی برتری دارند. از میزان توجهی که قانون‌گذاران دولتی به ایربی‌ان‌بی و دیگر دنباله‌روهای اقتصاد اشتراکی می‌کنند تا حدودی می‌توان به شکاف میان دوران جدید و قدیم پی برد. آیا این گفته صحیح است که مقرراتی که برای حفظ امنیت میهمانان در عصر فعلی با هتل‌دارهای تمام‌وقت و ساختمان‌های اختصاصی وضع شده در نظر گرفته شده، احتمالاً با دنیای ایربی‌ان‌بی، دنیایی که در آن مرز بین فضای خصوصی یک نفر و فضایی که برای اجاره در اختیار میهمان قرار داده می‌شود و به سرعت در حال محو شدن هستند، تناسب ندارد؟ آیا

احتمالاً شیوه‌قانون‌گذاری متفاوتی در پلتفرم‌های همتابه‌همتا در حال پیدایش است؟ اما برای من دلایل بیشتری وجود دارد که چرا ایربی‌ان‌بی را به‌عنوان یک شرکت، جالب توجه می‌دانم. این شرکت به‌سرعت یک سازمان پیچیده ایجاد کرده و روابط عمومی و بازاریابی آن در دسته زبده‌ترین استارت‌آپ‌های اقتصاد اشتراکی قرار دارند که تاکنون با آنها مواجه شده‌ام، روابط‌شان با دولت را با اختلاف جزئی و شاید با محتاطانه‌ترین روش اداره می‌کنند (غالباً بر خلاف اوپر) و این‌طور به نظر می‌رسند که جامعه‌تأمین‌کنندگان‌شان، پلتفرم ایربی‌ان‌بی و آنچه از طریق این پلتفرم ارائه می‌شود را خالصانه دوست دارند. نوامبر ۲۰۱۴، در مقاله‌ای برای مجله کسب‌وکار هاروارد به تفاوت‌های این دو غول اقتصاد اشتراکی از منظر «فرهنگ پلتفرم» اشاره کردم، با این حدس که شاید بخشی از این تفاوت‌ها به آموخته‌های چسکی در زمینه طراحی برمی‌گردد. چسکی با نظر من موافق بود. او می‌گفت: «یکی از اصول زندگی من، زندگی در دنیایی است که خودم طراحی‌اش کرده‌ام و تو هم می‌توانی زندگی شخصی‌ات، شرکت و دنیایی که می‌خواهی در آن زندگی کنی را طراحی کنی. فکر می‌کنم ما در ایربی‌ان‌بی در مورد خیلی چیزها، از کسب‌وکار اصلی خودمان گرفته تا فرهنگ‌مان بازاندیشی کرده‌ایم. فرهنگ ما طراحی شده است. اعتقادی به جبر یا تقدیر محتوم هم ندارم. معتقدم فرهنگ را طراحی کنی یا نکنی، این فرهنگ را برایت طراحی خواهند کرد، پس تو بهتر از هر کسی می‌دانی که چطور طراحی‌اش کنی؛ چون در غیر این صورت ممکن است سرانجامش را دوست نداشته باشی.»

این یک فلسفه‌الهام‌بخش است. دنیای خود را درست طراحی کنید. اگر نکنید، آن را برایتان طراحی می‌کنند و ممکن است سرانجام آن را دوست نداشته باشید. اما این بحث‌ها کنجکاو می‌کند. آیا همین قضیه ممکن است در مورد ساختارهای قانون‌گذاری آینده ما نیز صدق کند؟

لیفت؛ مهمان‌نوازی در حمل‌ونقل

چند بلوک پایین‌تر از ساختمان مرکزی جدید و درخشان ایربی‌ان‌بی در خیابان برانان ۸۸۸ در منطقه سومای سان‌فرانسیسکو، ساختمان کوچکی در برانان ۵۶۸، محل دفتر اصلی شرکت لیفت است. به زبان ساده، لیفت ماشین‌دربستی به محض تقاضاست. اپلیکیشن را باز می‌کنید، موقعیت خود را به برنامه می‌دهید، برنامه ماشین‌های اطراف را به شما نشان می‌دهد،

یک ماشین درخواست می‌کنید و چند دقیقه بعد یک خودرو شما را سوار می‌کند. در کاربردی پیشرفته‌تر، هنگامی که سوار بر ماشین شخصی عازم محل کار خود هستید، اپلیکیشن لیفت را باز می‌کنید، مقصدتان را وارد می‌کنید و سایر افرادی که ممکن است بخواهند در همان مسیر با شما سفر کنند، می‌توانند مبلغ کمی را برای اجاره یک صندلی پرداخت کنند و با شما هم‌سفر شوند. یعنی ماشین گرفتن به محض تقاضا و نیاز، اما منعطف و طبق زمان بندی مدنظر شما. در طول سال‌های گذشته، افراد زیادی؛ از جمله استندآپ کمدین‌ها، مهندسان نرم‌افزار، دی‌جی‌ها، معلمان مدارس، مدیر اجرایی بازنشسته، مدیر بازاریابی دیجیتال جویای کار و دانشجویان متعددی جزء رانندگان لیفت بوده‌اند. استفاده از خدمات لیفت تجربه کاملاً متفاوتی با تاکسی گرفتن دارد. روی صندلی جلو می‌نشینید و با هم‌نوع خود صحبت می‌کنید. این کار مثل هم‌سفر شدن با یک آشناست.

پاییز ۲۰۱۲ به دعوت امیلی کاستور که از اولین کارمندان لیفت در خیابان برانان ۵۶۸ هم هست، از این شرکت بازدید کردم. او از جمله کسانی است که خود را «از قدیمی‌های سخت‌کوش حمل‌ونقل» توصیف می‌کند و آن قدر محبت داشت که تاییدیه‌های مورد نیاز به‌عنوان مسافر لیفت در آن زمان را برایم تسریع کرد تا بتوانم از سرویس‌شان برای رسیدن به جلسه استفاده کنم. ماشینی که به دنبالم آمد، با سبیل‌های بزرگ و صورتی شرکت لیفت تزئین شده بود و با یک نگاه قابل تشخیص بود. (با توجه به اینکه علامت تزئینی از شرکت دیگری در آن ملاقات به همراه داشتم، در انتهای جلسه امیلی یکی از این سبیل‌های صورتی را از روی کابینت یکی از دفاتر برداشت و پیش از ترک جلسه، روی میز به سمتم هل داد. آن سبیل صورتی هنوز در دفتر کارم هست و در این سال‌ها باعث نگاه متحیرانه بسیاری از دانشجویانم شده است.)

اولین راننده لیفت من خانم هنرمندی بود که هم‌زمان با پیگیری هنرش، برای کسب درآمد بیشتر رانندگی می‌کرد. سال ۲۰۱۲ نرخ کرایه رسمی برای کاری که لیفت می‌کرد، وجود نداشت، چون هنوز از نظر قانونی اجازه ارائه خدمات «تاکسی» برایش مهیا نبود، اما در عوض، اپلیکیشن به خاطر مودب بودن راننده و آمدن به محل، سوار کردن و رساندن من پیشنهاد «کمک مالی» به او را مطرح می‌کرد. موضوع جالبی که از دیدار با یکی دیگر از کارمندان لیفت در خاطرمان مانده، فرصتی بود که توانستم لباس هالووین‌اش را امتحان

کنم. لباسش مثل یک ماشین لیفت بود که ماهرانه با مقوا ساخته شده بود. سه سال بعد، لیفت بیش از یک میلیارد دلار سرمایه خطرپذیر جذب کرد (شامل ۱۰۰ میلیون دلار از یک سرمایه‌گذار افسانه‌ای به نام کارل ایکن) و در بیش از ۶۰ شهر ایالات متحده حضور پیدا کرده بود. هرچند لیفت اغلب اوقات به خاطر زدوخوردهایی که با اوبر بر سر سهم بازار داشت، در اخبار مطرح می‌شد، اما اهداف کسب و کارش، حتی وقتی آرام آرام استراتژی‌شان را از سبیل بزرگ صورتی به یک استراتژی برندینگ ظریف‌تر تغییر داده بودند، قطعاً احساس مهربان‌تر و لطیف‌تری نسبت به رقیب بزرگ ترشان القا می‌کرد. رئیس و موسس دیگرشان جان زیمر که در طول این سال‌ها گفت‌وگوهای فوق‌العاده‌ای با او داشته‌ام، نکته بسیار جالبی دارد که می‌گوید لیفت رانه به‌عنوان رقیبی برای اوبر، بلکه رقیبی برای «مردمی که به تنهایی رانندگی می‌کنند» می‌بیند. (۱۳)

وقتی از زیمر در مورد انگیزه راه‌اندازی لیفت پرسیدم، گفت «به‌شخصه از میهمان‌نوازی لذت می‌برم. دوبرخش اصلی برای موفقیت در میهمان‌نوازی وجود دارد؛ ارائه یک تجربه شگفت‌انگیز و لذت‌بخش و داشتن تصرف بالا. هیچ‌کدام از این جنبه‌ها در حمل‌ونقل وجود نداشتند.» او مقوله تصرف را بیشتر برای من تجزیه و تحلیل کرد: «بهره‌برداری از وسیله نقلیه حدود چهار درصد و میزان اشغال فضا در حدود ۲۰ درصد است. پس در واقع نرخ بهره‌برداری تقریباً یک درصدی برای چیزی دارید که عامل تقریباً ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی در جهان است. من این خلأ را یک فرصت بزرگ دیدم.»

نکته زیمر قابل‌تأمل است. ظرفیت بسیار بزرگی در ماشین‌های سراسر دنیا وجود دارد. آمریکایی‌ها سالانه به‌تنهایی حدود یک تریلیون دلار برای خریدن ماشین‌های نو و دست‌دوم اختصاص می‌دهند. در سطح جهانی، دولت‌ها میلیاردها دلار برای توسعه سامانه‌های پیچیده حمل‌ونقل عمومی هزینه می‌کنند که غالباً منجر به هزینه‌های فلج‌کننده مالی و اسباب دردسر در اقتصاد شهری آنها می‌شود. آیا اپلیکیشن‌هایی مثل لیفت می‌توانند نویدبخش شیوه جدیدی برای ایجاد زیرساخت‌های حمل‌ونقل شهری باشند و نوع تازه‌ای از مشارکت عمومی-خصوصی مبتنی بر جمع‌سپاری در آینده را نوید دهند؛ مشارکتی که به جای ایجاد دستگاه‌های مرکزی و یکپارچه جدید، از تکنولوژی دیجیتال برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های اضافی پراکنده استفاده کند؟

افزایش نیروی کار تقاضا محور^۱

یکی از مواردی که ایربی ان بی را از لیفت و اوپر متمایز می کند، تعهد هفتگی تامین کنندگان شان است؛ افرادی که زمان و دارایی هایشان را برای ارائه خدمتی از طریق پلتفرم به اشتراک می گذارند که به شکل قابل توجهی بالاتر هست. اگرچه در سال ۲۰۱۴ دیوید استرادا، رئیس (وقت) ارتباطات با دولت در شرکت لیفت، به من می گفت که دوسوم راننده های لیفت کمتر از ۱۵ ساعت در هفته رانندگی می کنند، اما از نظر من این رقم به اندازه ای است که می توان آن را نوعی «شغل پاره وقت» تلقی کرد. همین قضیه در مورد تامین کنندگان انواع مختلف نیروهای کاری و خدماتی که در بازارهای تسک ریت و هندی سرویس می دهند و نیز خریداران، پیمانکاران و کارمندان مشابه پاره وقت که وقتی از طریق اپلیکیشن اینستا کارت کالاها را سفارش می دهید، سفارش ها را خریداری کرده و به دست شما می رسانند هم صدق می کند و بسیاری از این تامین کنندگان خدمت، ساعات بسیار بیشتری. غالباً ۴۰ تا ۵۰ ساعت در هفته را در پلتفرم های مختلف سپری می کنند.

شماری از مردم در مورد این نشانه های زود هنگام از آینده کار نگران هستند؛ کاری که در آن مزایای قابل تکیه کمتری وجود دارد و عدم قطعیت بیشتری هم در مورد اینکه چک حقوق بعدی از کجا تامین می شود، وجود دارد. البته، خیلی هم معلوم نیست که این آینده بدتر باشد. شاید، در عوض، انعطاف و سادگی ارائه خدمات از طریق پلتفرم های دیجیتال بتواند قدرت بیشتری به جای کار تمام وقت بدهد. در حقیقت، همان طور که زیمر اشاره کرد، «پدران و مادران مجرد زیادی داریم که به این دلیل به کار در پلتفرم می پردازند که واقعا نمی توانند همزمان کار روزانه تمام وقت از ساعت ۹ صبح تا ۵ بعد از ظهر داشته باشند و هم برای مدرسه یا قرار ملاقات های مختلف به دنبال فرزندان شان بروند. آنها می خواهند همیشه به هنگام فعالیت های مختلف در کنار فرزندان شان باشند.» با این فرض، کار به محض تقاضا در پلتفرم های مختلف می تواند به طرز هیجان انگیزی حتی قدرت دهنده باشد، اما در مقابل دریافت چک حقوق ثابت دوره ای و مرتب نیز قدرت دهنده است. این نوع از حقوق دوره ای به برنامه ریزی برای آینده کمک می کند، در صورتی که برای فردی که حقوق دریافتی اش دستخوش

1. Working on demand

تغییر و تحولات در عرضه و تقاضا در یک زنجیره‌ای از اپلیکیشن‌هاست، برنامه‌ریزی کار چالش‌برانگیزی است. علاوه بر این، هرچه سایر پلتفرم‌ها کار و خدمات خود را تخصصی‌تر می‌کنند، ترس و واهمه به دلیل افزایش نابرابری‌های اجتماعی در آینده نیز بیشتر ایجاد می‌شود. برنده مسابقه چالش کارآفرین‌های تک‌کرانچ دیسراپت^۱ سال ۲۰۱۴، پلتفرمی برای دستیار خانگی شخصی بود که توسط دو دانش‌آموخته MBA دانشکده کسب‌وکار هاروارد؛ مارسلا ساپون و جسیکا بک، با نام هلو آلفرد راه‌اندازی شده بود. این نام یادآور پیشخدمت معروفی بود که خدمات متعهدانه‌ای در زندگی مرموز کارفرمای خود بتمن ارائه می‌کند. (البته آن‌طور که سارا کسلر، روزنامه‌نگار در مقاله پر از نکته خود در سال ۲۰۱۴ در مورد درس‌های تبدیل آپارتمان به جایی که شایسته ارائه خدمات توسط پیشخدمت باشد، اشاره کرد، این نسخه از پلتفرم دنیای جدید «پیشخدمتی است که لازم نیست در خانه‌تان زندگی کند.»)^(۱۴) آلفرد تنها بخش کوچکی از انبوهی از خدمات شخصی به محض تقاضاست که می‌تواند ارائه شود. در یکی از مقالات ماه مه ۲۰۱۵ وال استریت ژورنال با تیتیر «برای هر چیزی یک اوپر وجود دارد»، جفری فولر مجموعه‌ای گیج‌کننده‌ای از انبوهی از خدمات شخصی جدید و خاص را توصیف می‌کند و با گزیننه محبوب خود، لاکس^۲، شروع می‌کند:

پلتفرم لاکس که با استفاده از سرویس جی‌پی‌اس پارکبان شخصی در اختیار می‌گذارد، یکی از عجایب سیستم‌های حمل‌ونقل است که تنها در دنیای تلفن‌های هوشمند ممکن است اتفاق بیفتد؛ سحرآمیز است. وقتی سوار ماشین‌تان می‌شوید، اپلیکیشن لاکس را باز می‌کنید و به پلتفرم می‌گویید که کجا می‌روید. سپس هنگام حرکت لاکس مسیرتان را دنبال می‌کند، تا یکی از پارکبان‌های شما را به موقع در مقصد ملاقات کند. جمعه گذشته، پارکبان لاکس من به نام کوین - که لباس فرم آبی داشت و کاملاً موقر، آموزش دیده و با اعتماد به نفس بود. در دفتر کارم در مرکز تجاری سان‌فرانسیسکو حدود ساعت ۸:۴۵ صبح به استقبال آمد. سوئیچ را دادم و ماشینم را از آنجا برد. ساعت شش عصر دوباره اپلیکیشن لاکس را باز کردم و درخواست کردم ماشینم را در جای دیگری از شهر به من برساند. مشکلی نبود. در کمتر از ۱۰ دقیقه، پارکبان دیگری به نام راس با ماشین من خودش را رسانده بود، یک اسکوتر تاشو و یک

1. TechCrunch Disrupt

2. luxe

گیتار یوکلی هم در صندوق عقب به همراه داشت. می‌گفت اسکوتر برای بالاد و پایین رفتن از تپه‌های سان‌فرانسیسکو و ساز هم برای پر کردن اوقات فراغت مابین کارهاست. (۱۵)

علاوه بر لاکس، سایر خدمات به محض تقاضا از جمله فراخواندن شخصی که وسایل تان را بردارد و کمتر از یک ساعت به دست تان برساند (پست می‌تر^۱)، به خانه تان بیاید و وسایل تان را بسته‌بندی و ارسال کند (شپ^۲)، لباس‌های کثیف تان را بردارد، بشوید و به جایی که زندگی می‌کنید، برگرداند (واش^۳)، سگ تان را برای قدم‌زدن بیرون ببرد (وگ^۴)، یک وعده غذای خوش طعم برای تان بیاورد (مانچری^۵) و نوشیدنی‌های تان را به دست تان برساند (مینی بار^۶، دریزلی^۷) نیز وجود دارد.

آیا به سمت اقتصادی پیش می‌رویم که در آن جمعیت زیادی از افراد به محض تقاضا، در خدمت تعداد کمی از افراد ممتاز هستند؟ و اگر منافی که سرمایه‌داری جمعیت‌محور ایجاد می‌کند، منجر به اقتصادی شود که برای سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی به پلتفرم‌های همتا به همتا متکی باشد، چگونه برای آن دسته از افرادی که تامین‌کنندگان به محض تقاضا هستند، بسته‌های خدمات امنیت اجتماعی-بیمه سلامت، بیمه کارگری، مرخصی‌های با حقوق، مرخصی زایمان-فراهم کنیم؟ آیا به یک بودجه دولتی نیاز داریم؟ یا یک مدل شراکت دولتی-خصوصی جدید و هوشمندانه‌ای وجود دارد که بتواند منافع هر دو طرف را تامین و درآمد مردم را در طول زمان تثبیت کند؟

بلاکار^۸؛ اعتماد شالوده‌زیرساخت‌های جهانی

جالب است بدانید که در طرح تجاری اولیه کسب و کار لیفت قرار نبود این پلتفرم در حوزه حمل‌ونقل شهری و حومه‌ای فعالیت کند. به عبارت دیگر، در ابتدا با نام زیم‌راید، توسط زیرمو لوگان گرین؛ مدیرعامل، به‌عنوان یک پلتفرم سفری شهر به شهر اشتراکی آغاز به کار کرد، سپس

-
1. Postmates
 2. Shyp
 3. Washio
 4. Wag
 5. Munchery
 6. Minibar
 7. Drizly
 8. BlaBlaCar

از «مبنای چهار گردش شد»، این اصطلاحی است که در سیلیکون‌ولی، وقتی ایده اصلی کشش لازم را در ایالات متحده نداشته باشد و از اساس به یک مدل کسب‌وکار جدید تغییر کند، به کار گرفته می‌شود. در آن زمان هم، ایده استفاده از یک اپلیکیشن برای یک مسافرت اشتراکی به شهر دیگر در ماشین یک فرد غریبه در اروپا و سایر بخش‌های جهان بسیار معمول و محبوب بود. شرکتی که بر این بازار تسلط دارد (از طریق ایجاد ارتباط میان رانندگانی که در ماشین خود صندلی خالی دارند و در مسیر خود در حال حرکت‌اند و مسافرانی که می‌خواهند این صندلی‌های خالی را اجاره کنند، از سال ۲۰۱۵ در مقایسه با شبکه ملی راه‌آهن ایالات متحده؛ ام‌ترک، مردم بیشتری را جابه‌جا کرده است) شرکت بلا‌بلاکار فرانسوی است.

فردریک مازلا، موسس بلا‌بلاکار که در رشته‌های علوم کامپیوتر و کسب‌وکار از دانشگاه استنفورد و اینسیاد مدرک گرفته و سه سال به‌عنوان پژوهشگر برای ناسا کار کرده است، همانند زیمر به دلیل ناکارآمدی‌هایی که مشاهده کرد، انگیزه راه‌اندازی بلا‌بلاکار را به دست آورد. مازلا در گفت‌وگویی در دفتر مرکزی خود در پاریس در سال ۲۰۱۵ می‌گوید «انگیزه اولیه مشاهده اتلاف بود، اتلاف غیر قابل‌تحملی که ماشین‌های خالی در جاده‌ها نشان می‌دادند، من فکر می‌کنم هر کس باید روزی به این نقطه برسد که چشمانش را باز کند و بگوید، خدای من! همه ماشین‌ها خالی هستند!» مازلا ادامه داد: «من عاشق بهینه‌کردن کارها هستم و ظرفیت بسیار قابل‌توجهی برای بهینه‌سازی در این ماشین‌ها می‌بینم.»

شرکت‌هایی که سعی می‌کنند کاری مشابه بلا‌بلاکار انجام دهند از وب‌سایت یا اپلیکیشن موبایل برای ارائه پیشنهاد صندلی‌های خالی به مسافرانی که خواهان اجاره هستند، استفاده می‌کنند. در کشورهای متعددی پدید آمده‌اند. بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ شرکت مازلا با خرید پنج مورد از این شرکت‌ها در پنج کشور مختلف از جمله رقیب اصلی خود؛ carpooling.com و با مجموع ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه‌تزیقی که بیشترین میزان سرمایه‌خطرپذیر برای یک استارت‌آپ فرانسوی به‌شمار می‌رود، توسعه یافت. شرکت ظاهراً خوب پیش می‌رود؛ مثل یک شرکت نرم‌افزاری چابک در سیلیکون‌ولی، اما با روحیات یک جامعه‌شناس فرانسوی مصمم. حتی نام جالبی که برایش انتخاب شده بود، حاصل پژوهش دقیق بازار بود (و گفته می‌شود که با وجود شباهت زیاد، هیچ ارتباطی با رستوران بلا‌بلا که فاصله‌اش با دفتر مرکزی آنها دو دقیقه است، ندارد). مازلا به من گفت: «ما ۲۵ اسم داشتیم، این فهرست را به ۳۰ مورد رساندیم. من

این فهرست را برای دوستانم فرستادم و یک یا دو ماه بعد، از آنها پرسیدم کدام یک از اسامی آن فهرست را به خاطر می‌آورید؟ و بیش از نیمی از آنها بلابلاکار را نام بردند.»

مازلا عاشق بحث کردن در مورد اعتماد است. معتقد است که اساس کسب و کار شرکتش اعتماد است و درباره اهمیتش علاقه وافری دارد. (در دفتر مرکزی بلابلاکار ماکتی مقوایی در ابعاد واقعی از تراست من نصب شده است، ابرقهرمانی که روی لباسش حرف T نقش بسته است.) نظر او از اعتماد بر اساس موضوعاتی است که آنها را چارچوب D.R.E.A.M.S می‌نامد (شناسایی، رتبه‌بندی، تعهد، فعالیت‌محور، بازبینی، اجتماعی) و شرکت پیوسته روی عمیق‌تر شدن درک خود از تبادلات با محوریت اعتماد کار می‌کند. (۱۶)

البته این تمرکز بر اعتماد کاملاً قابل درک است. در چند دهه اخیر مردم بسته‌های خود را با استفاده از بازار همتا به همتای ای بی ارسال کرده‌اند، پس جامعه به منظور انجام تراکنش‌های نیمه‌ناشناس با دیگر همتایان روی بستر اینترنت، سامانه‌هایی را برای ایجاد اعتماد دیجیتال توسعه داده است. اما چگونه یک نفر از سطح اعتماد لازم برای دریافت جعبه از شرکت پستی یوپی اس از یک غریبه، به سطحی از اعتماد می‌رسد که مایل است سوار ماشین یک غریبه شود و به او بگوید «مرا به یک شهر دیگر می‌رسانی؟»

ترکیب تجارت و جامعه

مشغله ذهنی مازلا واقعاً قابل درک است، چون علاقه‌ام به اعتماد موجب شد که به سمت کشف اقتصاد اشتراکی سوق پیدا کنم. در سال ۲۰۱۱ در یک پروژه پژوهشی با همکارانم راوی باپنا و الوک گوپتا از دانشگاه مینه‌سوتا و سارا رایس از دانشگاه تگزاس همکاری داشتم. ما از اپلیکیشن فیس‌بوک برای اندازه‌گیری تجربیات اقتصادی استفاده کردیم تا میزان اعتماد دوستان فیس‌بوکی به یکدیگر را بسنجیم و اینکه این سطوح اعتماد اقتصادی چقدر با تعاملات اجتماعی آنها از طریق پلتفرم ارتباط دارد.

فکر می‌کردیم واقعاً سوال و رویکرد جالبی است، اما وقتی یافته‌های خود را در یک کنفرانس دانشگاهی ارائه کردیم، افراد می‌پرسیدند که «می‌توانید چند نمونه از کاربرد این نتایج را مثال بزنید؟» پس به دنبال کسب و کارهایی در اینترنت رفتیم که به نظر می‌رسید از دوستی‌های فیس‌بوک به عنوان پایه‌ای برای تبادلات قابل اعتماد استفاده می‌کردند و بعد از آن به استارت‌آپ

کوچکی برخورداریم به نام گت‌اروند. اتصال از طریق فیس‌بوک (که امروزه در همه جا رایج است، اما در سال ۲۰۱۱ این‌گونه نبود) شیوه‌ای از احراز هویت و کسب اعتماد بود که گت‌اروند به آن نیاز داشت. در آگوست ۲۰۱۱ با یکی از موسسان گت‌اروند، جسیکا اسکور پیو دیدار کردم و با اینکه با وجود کوشش‌ها در آن زمان نمی‌توانستیم راهی برای پژوهش‌های مشترک در خصوص اعتماد پیدا کنیم (گت‌اروند در مراحل واقعا ابتدایی بود)، من همچنان روند پیشرفت شرکت را دنبال می‌کردم. سم‌زید، مدیرعامل و پادن مورفی، مسئول سیاست‌گذاری آنها، چند سال بعد امکان انجام برخی از پژوهش‌هایم را فراهم ساختند. آنها به یک منبع شگفت‌انگیز حمایت تبدیل شده بودند؛ شرکتی که نمونه‌ای از پشتیبانی بی‌قید و شرط از علم بود؛ آنها داده‌هایی را در اختیار می‌گذاشتند که برای توسعه مدل‌های تأثیرات اقتصادی من حیاتی بود. (آنها همچنین با سوزان شهین از دانشگاه کالیفرنیا همکاری کردند تا به درک ما از فواید محیط‌زیستی اشتراک خود رو کمک کنند).

گت‌اروند به سرعت در حال رشد است، با بیش از ۴۰ میلیون دلار سرمایه خطرپذیر تغذیه شده است و ادعا دارد که یک مدل «آنی» است؛ پلتفرمی که می‌توانید به محض رزرو یک ماشین، بدون نیاز به تایید صاحب آن به ماشین مورد نظر دسترسی پیدا کنید. این شیوه همان چیزی است که واقعا موجب تغییر رفتار افراد از خریدن به اشتراک می‌شود. مدل اجاره همتابه‌همتا، اپلیکیشن، هسته مرکزی داستان اقتصاد اشتراکی است، بهترین محل تلاقی دو ایده: دسترسی بدون داشتن مالکیت و شبکه‌هایی که جایگزین سلسله‌مراتب‌های سازمانی می‌شوند. اما هنوز هیچ بازار اجاره‌ای در مقیاس بزرگ، همتابه‌همتا و دیجیتالی برای اموالی غیر از خودرو وجود ندارد. اسنپ‌گودز^۱ یک تلاش ابتدایی برای ایجاد بازار اجاره همتابه‌همتا در همه چیز؛ از اره‌های برقی گرفته تا ربات‌های جاروکننده رومبا بود، اما نتوانست یک الگوی کسب‌وکار سودآور پیدا کند. بازارهایی که شرایطی فراهم می‌آورند تا دیگران وسایل گران‌قیمت افرادی که چندان ثروتمند نیستند را اجاره کنند، می‌توانند نشان‌دهنده فرصت‌های جدید زیادی باشند. به عنوان مثال، کیت اسپلت که در سال ۲۰۱۴ توسط لیزبت کافمن و کاترینا بادلیس؛ دانشجویان دانشگاه نیویورک، تامین مالی شد، یک بازار اجاره همتابه‌همتا برای فیلم‌سازان مستقل ایجاد کرده است تا دوربین، لنز، هدست‌های آکیولوس ریفت و سایر

1. Snap goods

تجهیزات حرفه‌ای را از یکدیگر قرض بگیرند. اما از اواخر سال ۲۰۱۵ یافتن گزارش‌های موفقیت در ابعاد بزرگ سخت است و فعالیت‌های اجاره‌ای همتابه‌همتا غالباً از طریق سرویس‌های تبلیغاتی مثل نی‌برگودز که توسط آلان برگر راه‌اندازی شده، انجام می‌شود. کسب‌وکارهای بسیاری نیز با راه‌اندازی کتابخانه ابزار^۱ اجاره ابزار و تجهیزات خانگی را با استفاده از شیوه سنتی قرض‌دادن کوتاه‌مدت، توانستند با موفقیت تسهیل کنند. جن هامیکی که کتابخانه ابزار سیاتل غربی را تا سال ۲۰۱۲ اداره می‌کرد، در حال حاضر شرکت نرم‌افزاری مای‌ترن را اداره می‌کند که افراد را قادر می‌سازد تا از طریق پلتفرم، یک کتابخانه ابزار در منطقه خود راه‌اندازی کنند. به گفته هامیکی، جوامعی غالباً به صورت طبیعی در این محل‌های قرض‌دادن تشکیل شده و حضور پیدا می‌کنند. او در سال ۲۰۱۴ به مجله اینترنتی شیربل گفت: «یکی از نتایجی که تا به حال دیده‌ایم، این است که کتابخانه‌های ابزار موجب ایجاد کارگاه‌های ساخت خلاق^۲ می‌شوند. موضوع دیگری که به آن برخورد کرده‌ایم، این است که همین فضاهای همکاری کارگاهی و کارگاه‌های ساخت خلاق، قرض‌دادن ابزار را هم به برنامه کاری خود اضافه کرده‌اند. این یعنی تکامل طبیعی در هر دو جهت.» (۱۷)

ظاهراً فرصت جدیدی هم برای اجاره همتابه‌همتا، در بخش پوشاک و اکسسوری‌های گران‌قیمت ایجاد شده است. به دنبال موفقیت رنت‌دران‌وی^۳ (کسب‌وکاری که از سال ۲۰۱۵ به شما اجازه می‌دهد تا لباس گران‌قیمت مورد نیاز را به مدت چند روز و با هزینه‌ای معادل یک‌دهم قیمت خرده‌فروشی آن اجاره کنید)، تعداد روزافزونی از بازارهای اجاره‌ای همتابه‌همتای لباس در مراحل اولیه شکل‌گیری هستند. از انواع این بازارها می‌توان به استایل‌لند^۴ و رنت‌مای‌واردروب^۵ در ایالات متحده، رنت‌وو^۶ در اروپا و دیزاینر-۲۴^۷ در دوی اشاره کرد. در اوایل سال ۲۰۱۵ ملاقات جالبی با لونا دونان، مدل سابق مد و کارآفرین سریالی و یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل استایل‌لند داشتیم که طی این ملاقات، او به پتانسیل بسیار زیاد همتابه‌همتا برای

-
1. Tools Library
 2. Makerspace
 3. Rent the Runway
 4. StyleLend
 5. Rent My Wardrobe
 6. RentezVous
 7. Designer-24

پوشاک و اکسسوری‌ها اشاره کرد. دونان زمانی که یک قوری چای مخلوط بودای دیوید را در منطقه گرینویچ ویلیج می‌نوشیدیم، گفت: «دسترسی از طریق مالکیت، طبیعی‌تر از خریدن است. خانم‌ها علاقه دارند در مورد چیزی که می‌پوشند انعطاف بیشتری داشته باشند. علاوه بر این، عواید حاصل از اجاره ممکن است خرید ناگهانی را بیشتر تحریک کند.» در گفت‌وگویی که در سال ۲۰۱۴ با فیونا دزینی، بنیان‌گذار رنت‌وو داشتیم، او بر ارزش این مدل کسب‌وکار برای طراحان کوچک‌تر که به دنبال بازارهای بکر می‌گردند، تاکید بیشتری داشت و به این نکته اشاره کرد که فعالیت اجاره کردن همتابه‌همتا، رویت‌پذیری کالکشن‌های مدرن را با خریداران بالقوه جدید افزایش می‌دهد، جامعه‌ای از کاربران با ذائقه مشابه را پدید می‌آورد، مسیر بازخورد و نوعی از تحقیقات بازار را در اختیار طراحان قرار می‌دهد و مسیر هموارتری برای خرید نهایی ایجاد می‌کند. (جالب است که این موضوعات اشاره به فهرستی از مزایای برند دارند و بسیار شبیه آن چیزی هستند که همیشه به دانشجویانم از سال ۲۰۰۷ می‌گفتم که برخی منافع با ارزش تجاری از رسانه‌های اجتماعی می‌آید.)

دونان گفت اما چالش اصلی در لجستیک است. این اقلام باید از مالک به اجاره‌کننده منتقل شوند، بعد از استفاده خشک‌شویی شوند و به شکل قابل اطمینانی بازگردانده شوند، فعالیت‌ها باید به شکل کارآمد و در مقیاس بزرگ توسط شرکت‌های اجاره‌دهنده مثل رنت‌دران‌وی و در قالب مدل کسب‌وکار به مصرف‌کننده انجام شوند، اما همچنان این فرایندها چالش‌هایی مستمر برای بازارهای همتابه‌همتای کوچک‌تر است. در نتیجه و به خاطر همین مشکلات، از میانه سال ۲۰۱۵ وبسایت‌هایی مانند استایل‌لند و رنت‌وو عمدتاً در تلاش‌اند تا در راه‌اندازی رویادهایی مثل تعویض و مبادله لباس کار کنند؛ جایی که مشتریان به صورت رودرو در محل‌هایی که از پیش تعیین شده است، با هم دیدار می‌کنند تا لباس‌ها را تعویض یا مبادله کنند. ترکیب تجارت و جامعه که دزینی و دونان برای من توصیف کرده‌اند، از تکامل مشترک دیدار و تبادل در کتابخانه‌های ابزار توصیف‌شده توسط هامیکی، چندان جدا نیست. با این حال یک سوال کلیدی باقی می‌ماند. با اینکه «دسترسی از طریق مالکیت» بازده بالقوه بسیار بالایی دارد، آیا بازارهای اجاره‌ای همتابه‌همتا برای چیزی به جز اموال بسیار با ارزش مانند خانه و ماشین دوام خواهند داشت؟ آیا ارزش بلندمدت آنها در ارتباط میان جامعه و تجارت‌گره

خورده است؟ و اگر این بازار شتاب بگیرد، چه تاثیری بر اقتصاد خواهد داشت؟ آیا چون حجم تبدلات بیشتری انجام می‌شود، تحریک در رشد اقتصادی اتفاق می‌افتد؟ آیا دیدگاه دونان در خصوص «تحریک خرید ناگهانی و سپس اجاره‌دادن» عملی می‌شود؟ یا اقتصاد به این دلیل که مردم از خرید کردن دست می‌کشند، کند خواهد شد؟

ل قوشت دووی؛^۱ تعریف دوباره کمال

برگردیم به پاریس. مدل همتابه‌همتا و رودرروی دیگری نیز وجود دارد که به شیوه‌ای دیگر برای خود محبوبیتی دست‌وپا کرده است؛ خرید از خواروبارفروشی. در بهار ۲۰۱۴، به همراه تیم فوق‌العاده دانشجویان MBA دانشگاه استرن نیویورک (حمیرا فائز، سیدنی گروشاک، اندرو ان‌جی و جارا اسمال) مارک دیوبیدشوکران، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل ل قوشت دووی را ملاقات کردم که ترجمه‌اش می‌شود «زنبورعسل می‌گوید بله» و در کشورهای انگلیسی‌زبان با نام ساده‌تر خود یعنی دفوداسمبلی^۲ شناخته می‌شود. مدلی که شوکران و تیم باروحیه او در پاریس پیشگام آن هستند، ترکیبی برجسته از دنیای مجازی و فیزیکی است، روش دیجیتالی جدید برای تغییر ابعاد و اندازه بازار کشاورزان در دنیای واقعی آشنا.

شوکران کسب‌وکار خود را این‌گونه برای من توضیح داد. داوطلبی در همسایگی تصمیم می‌گیرد «مزرعه پرورش زنبورعسل» محلی برپا کند. پلتفرم نرم‌افزاری را در اختیار مزرعه قرار می‌دهد که به کشاورزان اجازه می‌دهد تا موجود بودن و قیمت‌های محصول را پیشاپیش اعلام کنند. (همچنین نرم‌افزار، ابزارهایی را برای ترویج بازار ارائه می‌کند). مشتریان برای محصول موردنیازشان ثبت سفارش می‌کنند. هر هفته چندبار، کشاورزان و مشتریان در زمان خاصی در فضایی که توسط یک داوطلب محلی فراهم شده است، باهم دیدار می‌کنند و محصول تحویل داده می‌شود. داوطلب کارمزد کمی (در حدود ۸ درصد) دریافت می‌کند، پلتفرم نیز هشت درصد دیگر را دریافت می‌کند و مابقی به کشاورز می‌رسد. ل قوشت دووی از یک ایده در سال ۲۰۱۰ تا اواسط ۲۰۱۵؛ زمانی که توسط شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیویورک USV، هشت میلیون یورو سرمایه جذب کرد، به ۷۰۰ مزرعه توسعه یافته است. این اولین سرمایه‌گذاری USV

1. La Ruche Qui Dit Oui

2. The Food Assembly

در یک شرکت فرانسوی بود. فرد ویلسون در یک مصاحبه تلفنی در سال ۲۰۱۵ به تک‌کراچی گفت: «صبح شنبه به مزرعه زنبورداری رفتیم، قهوه خوردیم و مردمی را می‌دیدیم که از راه می‌رسند. این همان لحظه‌ای بود که متوجه شدم که کار متفاوت و منحصر به فردی در حال انجام است؛ کاری که هیچ‌کس در ایالات متحده تا آن زمان - حداقل با موفقیت - انجام نداده است.» (۱۸) تصویری که از نشاط موجود در مزرعه، چهره‌های شاد و خوش‌وبش‌ها ایجاد شد، با تصویر رایجی از یک آمریکایی تنها که در حال هل دادن چرخ خرید فروشگاه در راهروهایی با چراغ‌های فلورئوسنت است، تضاد قابل توجهی داشت. تغییر بالقوه وسیع دیگری نیز به وجود آمده است که در ل قوشت دووی می‌توان دید. هرکس که مستقیم از مزرعه‌ای خرید کرده باشد، می‌داند که این محصول، آن کمال و زرق و برق محصولات بسته‌بندی فروشگاه‌های زنجیره‌ای را ندارد و عادت کردن به این نکته ممکن است کمی طول بکشد. اما به گفته شوک‌رون، به جز ظاهر محصول چیزهای دیگری هم وجود دارد که باید اصلاح شود و شاید خیلی چیز بدی هم نباشد. او در کنفرانس میزگردل فرنچ‌تچ^۱ در تابستان ۲۰۱۴ در نیویورک به من گفت: «مشتریان باید انتظارات خود را برحسب خدمات تغییر دهند. ما به برندهای بزرگی عادت کرده‌ایم که تجربیات کاملاً مطابق میل را ارائه می‌کنند. در سیستم ما، امکان ارائه آن سبک مطابق میل وجود ندارد و از یک جامعه به جامعه دیگر بسیار متفاوت خواهد بود. مردم باید برخی کاستی‌ها را نیز بپذیرند، چون هنگامی که کشاورزان بسیار کوچک را در تماس مستقیم با مشتریان قرار می‌دهیم، ارائه سرویس بی‌نقص بسیار دشوار است. باید بپذیرند که گاهی محصولی کمیاب می‌شود و گاهی هم کشاورز می‌تواند به دلیل مشکلات جاده‌ای تاخیر داشته باشد. اما خواهیم دید که تغییرات واقعی در انتظارات مردم ظاهر می‌شود، مردم درک خواهند کرد.» وقتی در اتاق‌های هتل، حوله‌های تاشده و مرتب و اینکه «همه چیز به خوبی بر جای خود قرار گرفته است» را می‌بینم، یا زمانی که خدمات اتاق یک دقیقه با تاخیر انجام می‌شود، بی‌صبری خودم را حس می‌کنم، غالباً به آنچه پیش از این شوک‌رون گفت فکر می‌کنم. آیا ما به‌عنوان یک جامعه، در طول عصر صنعتی در جنبه‌های مربوط به کیفیت محصول و خدمات که گاهی چندان اهمیت هم نداشته‌اند، بیش از حد سرمایه‌گذاری کرده‌ایم؟ آیا رویکردمان به شیوه تبادلات هم‌تابه‌هم‌تا موجب می‌شود تا به‌طور طبیعی یک بار دیگر بر ابعاد کیفیتی که

برایمان اهمیت دارند، تمرکز کرده و به عقب بازگردیم؟

چگونه این کتاب را بخوانیم

در چند صفحه اخیر، تعدادی سوال مطرح کرده‌ام. من این کتاب را نوشتم تا به این پرسش‌ها پاسخ دهم. امیدوارم برای شما خوانندگان درک عمیق‌تری از تغییری در حال وقوع به سمت سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری ایجاد کنم و اینکه چرا پیامدهای این تغییر می‌تواند اثرات عمیقی بر زندگی‌تان داشته باشد؟

من ایده‌ها را در دو دسته کلی تقسیم کرده‌ام؛ علت و معلول. (بله من یک بچه درس خوان دانشگاهی هستم.) البته که بهترین راه برای خواندن این کتاب از آغاز تا پایان است. البته اگر به دنبال نکته متفاوتی هستید ممکن است یادداشت‌های زیر کمک خوبی باشند.

از فصل ۱ تا ۴، به «علت» می‌پردازم و به گذشته و آینده‌نگاهی می‌اندازم. بحث فصل ۱ در مورد اینکه آیا اقتصاد اشتراکی یک اقتصاد بازار است یا اقتصاد هدیه، پایه مهمی برای نیمه دوم کتاب خواهد بود. تکامل اندیشه‌ها در اقتصاد اشتراکی، باز هم در فصل ۱، باید مورد توجه ویژه همکاران دانشگاهی من قرار گیرد.

فصل ۲ را در اصل برای افرادی نوشتم که در مورد علت ظهور ناگهانی اقتصاد اشتراکی در چند سال اخیر کنجکاو هستند. با این حال، آنهایی که خواهان چارچوب فکری در مورد تغییراتی که تکنولوژی‌های دیجیتال ممکن است در آینده ایجاد کنند، هستند نیز می‌توانند از خواندن آن بهره ببرند. این بخش زیاد فنی نیست اما برای چیزی که دنبال می‌کنید هم پیش‌نیاز مهمی نیست. به همین ترتیب، یک نمای کلی از تکنولوژی‌های نوظهور «بلاکچین» در فصل ۴ ارائه می‌کنم که ممکن است در دهه آینده عامل تغییراتی در سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری باشد. (در ادامه توضیح می‌دهم که تکنولوژی‌های دیجیتال، هویت جمعیت را از یک منبع عرضه به یک منبع «واسطه» تغییر می‌دهند که ضمن مدیریت بازار به صورت جمعی، به نوعی هم مالک ضمنی آن است.) میان مبحث «بلاکچین» در سال ۲۰۱۵ و مباحث ایده‌آلی که در سال ۱۹۹۵، در دوره ظهور تجارت اینترنتی، به ویژه در مورد موضوع نوآوری بدون مجوز مطرح می‌شد، شباهت‌هایی دیده می‌شود. تکنولوژی‌های بلاکچین ممکن است نسل جدیدی از بازارهای همتا به هم‌ترا قدرت بخشد و موجب شدت در براندازی‌های دیجیتالی شود. اما با این

حال مطالعه این فصل برای نیمه دوم کتاب شرط لازم نیست. در فصل ۳، عمیق‌تر به ماهیت «موسسات» جدیدی می‌پردازم که توسط پلتفرم‌های متفاوت اقتصاد اشتراکی در حال ایجاد شدن هستند. این مبحث به سال‌ها پژوهش در مورد اینکه چگونه تکنولوژی‌های دیجیتال مرزهای بین سازمان‌ها و بازارها را تغییر داده‌اند، برمی‌گردد. اگر به دنبال چارچوب‌هایی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای متفاوت اقتصاد اشتراکی هستید، یا اگر به‌طور کلی به مطالب مربوط به نحوه سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی علاقه دارید، مطالعه این فصل سودمند خواهد بود. از فصل ۵ تا ۸، به «معلول» می‌پردازم: اقتصاد، قانون‌گذاری و تاثیرات نیروی کار. سعی کرده‌ام فصل ۵ را تا حدی که خواندنی باشد در مورد تاثیرات اقتصادی و فصل ۶ را در مورد مشکلات قانونی بنویسم، اگرچه در صورتی که چند فصل اول را نیز مطالعه کنید، از آنها بهره بیشتری خواهید برد. اگر فقط به مسائل نیروی کار علاقه دارید، پیشنهاد می‌کنم فصل‌های ۳، ۷ و ۸ را مطالعه کنید. جیمز سورویکی در مقاله ۲۰۱۳ خود در نیویورکر با عنوان «همه چیز درباره اوبر» به خوبی فرصت‌های موجود برای سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری را بیان کرد. بعد از اشاره به اینکه اوبر ۲۵۰ میلیون دلار سرمایه خطرپذیر به دست آورد (مبلغی که در آن زمان بسیار زیاد به نظر می‌رسید) این‌طور نتیجه گرفت:

سیل ورود این پول‌های جدید به چنین کسب‌وکارهای جدیدی، مانند تشکیل حساب‌های کوچک در بازار است، اما در پس این هیجان زیاد، ایده معقول و منطقی وجود دارد؛ منابع بلااستفاده زیادی وجود دارد. دارایی‌ها بدون استفاده باقی می‌مانند. میانگین خودروهایی که رانده می‌شوند فقط یک ساعت در روز است. و کارگران زمان و مهارت‌هایی دارند که بدون استفاده باقی می‌ماند. اگر بتوانید صاحبان دارایی را با افرادی که مایل‌اند در ازای اجاره دارایی‌ها مبلغی پرداخت کنند، به هم ارتباط دهید، میزان اتلاف را کاهش داده و به یک سیستم کارآمدتر می‌رسید. (۱۹)

بازارهای اینترنتی تنها یک نوع از «جامعه» هستند که از طریق آن می‌توان ارتباطاتی را که مدنظر سورویکی است، ایجاد کرد. البته انواع دیگری را نیز می‌توان سراغ کرد. برای خارج‌نشدن از بحث و اهداف کتاب، از بسیاری از فعالیت‌های اشتراکی که در حال محبوب‌شدن هستند؛ شامل تعاونی‌های غذا، تعاونی‌های اشتراک خودرو، بانک‌های زمان، موسسات اشتراک دوچرخه، استفاده مشترک از خانه و محل کار چشم‌پوشیده‌ام. قصد من از چشم‌پوشی

این نیست که این فعالیت‌ها مهم یا مطلوب نیستند. با این وجود، به صورت طبیعی در زمره سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری من قرار نمی‌گیرند. اما بیایید به مثال‌هایی برگردیم که در این فصل در مورد آنها بحث کرده‌ام. این مثال‌ها بخش کوچکی از مدیران، اندیشمندان و سازمان‌های رسمی و غیررسمی هستند که در تمام آنها با چیزی که اقتصاد اشتراکی می‌نامیم، مواجه شده‌ام. در صفحات بعد با موارد بیشتری از این دست مواجه خواهید شد. مجموعه اینها نقش‌های زیبایی از نوآوری را شکل می‌دهند که چشم‌انداز کوچکی از آینده تکامل جوامع سرمایه‌داری در دهه‌های آتی ارائه می‌کند. اما سوالات زیادی نیز مطرح می‌شوند؛ سوالاتی در مورد اعتماد، نهادهای دیجیتالی جدید مثل بلاکچین، تأثیرات اقتصادی، مفهوم داشتن یک شغل، امنیت اجتماعی و چگونگی اعمال مقررات. همچنین در طول کتاب همراه با هم به بررسی پاسخ این سوالات و بسیاری سوال‌های دیگر خواهیم پرداخت.

با سوالی شروع می‌کنم که شاید در ذهن شما از همه برجسته‌تر باشد؛ دقیقاً «اقتصاد اشتراکی» را چگونه باید تعریف کرد؟ برای پاسخ به این سوال، به پاریس برمی‌گردیم، به جشنواره‌وی شیر.

پی‌نوشت‌ها:

1. See the December update of the 2012 Internet Trends Report at <http://www.kpcb.com/blog/2012-internet-trends-update> and the May 2012 report at <http://www.kpcb.com/blog/2012-internet-trends>.
2. <https://skift.com/2016/01/31/airbnb-cto-and-3-tech-ceos-discuss-the-digital-platform-economy-at-davos>.
3. Erica Swallow, "The Rise of the Sharing Economy," February 7, 2012. <http://mashable.com/2012/02/07/sharing-economy>.
۴. اگرچه فاندینگ سرکل برای سرمایه‌گذاری در آمریکا و در دیگر نقاط جهان در دسترس است، نوع مدل کسب‌وکار آن در آمریکا متفاوت است. بیشتر قرض‌گیرندگان در آمریکا کاربردهای تجاری دارند و افراد نمی‌توانند سرمایه‌گذاری‌های کوچک را به وام‌های کلان بدل کنند. از ارز پوند انگلیس بهره گرفتیم؛ چراکه این نوع مدل از کسب‌وکار در انگلستان خاص است.
5. Joel Stein, "Tales from the Sharing Economy," Time, February 7, 2015. <http://time.com/3687335/in-the-latest-issue-21.6>.
۶. برای نقطه شروع انقلاب صنعتی نمی‌توانم تاریخ دقیقی اعلام کنم، اگرچه بیشتر مطالعاتی که داشته‌ام زمانی میان ۱۷۵۰ و ۱۸۰۰ را پیشنهاد داده‌اند. برای مثال به منبع زیر نگاه کنید:

(Robert Lucas, "The Industrial Revolution: Past and Future" (2004)
<https://www.minneapolisfed.org/publications/the-region/the-industrial-revolution-past-and-future>

Alfred Chandler, *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. 7
 (Cambridge: Harvard University Press, 1977), 17

۸. در "Stone Age Economics" توسط Marshall Sahlins توضیحات جالب و روشن‌گرایی از تبادلات اقتصادی به‌عنوان یک پدیده فرهنگی ارائه شده و انواع مختلفی از تبادلات اقتصادی را در عصر سنگی برشمرده است و به‌نوعی از روی‌گریزه ادعا کرده که آنها جوامعی ثروتمند بوده‌اند. اگرچه برخی از این ادعاها در تحقیقات بعدی مورد مناقشه قرار گرفته‌اند، اما توصیفاتش از مدل‌های مبادله‌ای اهمیت و جذابیت بیشتری دارد. خوانندگانی که به عمیق شدن در تاریخ تبادلات (و پول) اهمیت بیشتری می‌دهند، همچنین باید منبع زیر را مطالعه کنند:

David Graeber, *Debt: The First 5000 Years* (Brooklyn: Melville House, 2011).

۹. در مورد بخشی از تاریخچه اعتماد در تبادلات اقتصادی در فصل ۶ با جزئیات بیشتر بحث می‌کنم.
 ۱۰. تمرکز در مورد آمریکاست، چون تا آنجا که می‌دانم تاریخچه داده‌های اقتصادی در مورد استخدام از گستردگی بیشتری برخوردار است. جدول A-۴ از منبع زیر را ببینید:

(Stanley Lebergott, *Manpower in Economic Growth* (New York: McGraw Hill, 1964),
 خانواده‌هایی که دریافتی نداشته‌اند، شرکت‌های بدون کارمند و کارگران محلی را جدا کردم. همچنین قدردان محبت‌های همکارم در کالج NYU Stern؛ تاریخدان اقتصادی Richard Sylla برای بحث‌های درخشان در این خصوص هستم.

11. Lebergott, Manpower

از داده‌های جدول A-4 برای محاسبه درصد کارگران غیرکشاورز استفاده کردم. کارگران محلی، کارگرانی که حقوق دریافت نکرده‌اند و شرکت‌های بدون کارمند را جدا کرده‌ام. درصد «کارگران مستقل» در آمریکا بسته به تعریف شما از «کارگران مستقل» دارد. شایان ذکر است که تعداد شرکت‌های بدون کارمند در دهه اخیر به سرعت رو به افزایش بوده و تا سال ۲۰۱۴ بیش از ۲۴ میلیون عنوان می‌شود.

۱۲. جولیت شور، جامعه‌شناس در مقاله خود با عنوان مباحثی در باب اقتصاد اشتراکی درباره این موضوع بحث کرده است: «در حالی که گفتمان‌های نوآوری در این بخش مبالغه‌آمیز بوده است، مباحث جدیدی هم پیش روی ما قرار گرفته است؛ آنچه من «اشتراک با بیگانه» می‌نامم. البته استثنائاتی هم هست (به‌طور مثال، سفرکنندگان پیشگام در یونان قدیم)، مردم به لحاظ تاریخی، محدودیت‌هایی برای به‌اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی خود داشتند. پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری امروزی، مقوله اشتراک‌گذاری را در میان مردم تسهیل کرده‌اند و این در حالی است که این مردم یکدیگر را نمی‌شناسند، با یکدیگر دوستی ندارند یا ارتباطات مشترکی با هم ندارند.

<http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

۱۳. به‌طور مثال، به بحث زیرمرا در پتل "Wheels of Change" در سال ۲۰۱۴ در کنفرانس CityLab رجوع کنید.
<http://bcove.me/iAkqj2>

14. <http://www.fastcompany.com/3038635/my-week-with-alfred-a-25-personal>

butler.

15. Geoffrey A. Fowler, "There's an Uber for Everything Now," May 5, 2015, <http://www.wsj.com/articles/theres-an-uber-for-everything-now-1430845789>.

TrustMan at <http://www.betrustman.com> رجوع کنید به ۱۶.

در تابستان ۲۰۱۵ مازلاومن به همراه دیگران شامل دکتر Mareike Moehlmann از دانشگاه NYU باب همکاری دانشگاهی در خصوص مطالعه درباره اینکه چرا افراد به یکدیگر اعتماد می کنند، روی پلتفرم بلا بلاکار آغاز کردیم. هیچ یک از یافته های ما در این کتاب نیامده است، اما بیشتر آن در سال ۲۰۱۶ منتشر می شود.

17. Cat Johnson, "The Tool Library Movement Gains Steam," January 29, 2014. <http://www.shareable.net/blog/the-tool-library-movement-gains-steam>.

18. Romain Dillet, "La Ruche Qui Dit Oui" Scores \$9 Million from USV and Felix Capital for Its Local Food Marketplace," TechCrunch, June 16, 2015. <http://techcrunch.com/2015/06/16/la-ruche-qui-dit-oui-scores-9-million-from-usv-and-felix-capital-for-its-local-food-marketplace>.

19. James Surowiecki, "Uber Alles," New Yorker, September 16, 2013. <http://www.newyorker.com/magazine/2013/09/16/uber-alles-2>.



بخش یک

علت



۱

اقتصاد اشتراکی، اقتصادهای بازار و اقتصادهای هدیه

در قرن حاضر تقابل بین روابط متقابل مثبت و منفی به بحثی میان «کاپیتالیست» و «کمونیست»، «فردگرا» و «سوسیالیست» تبدیل شده است؛ اما این ستیز بسیار قدیمی تر از آن است، چراکه دو قطب اساسی میان جزء و کل، فرد و جمع وجود دارد. هر عصری باید تعادلی میان این دورا پیدا کند و در هر عصری سلطه یکی از آنها، ظهور و بروز دیگری را در پی خواهد داشت.

(لوئیس هاید، 49، The Gift)

ماه مه ۲۰۱۵ است، من در وی شیرفست^۱، گردهمایی در پاریس که یقیناً حال و هوای غیرسرمایه‌داری در آن موج می‌زند، غرق در افکار خودم درباره آینده سرمایه‌داری هستم. (۱) بیش از هزاران علاقه‌مند به موضوعات اقتصاد اشتراکی در داخل و اطراف محل اصلی گردهمایی در چادر قرمز رنگ غول‌پیکری به نام کبک‌سووز^۲، برای جشنی که کمی شبیه استودیوتد، بخشی هم شبیه گردهمایی در برنینگ‌من و بخشی هم شبیه کنسرت‌های وودستاک آماده شده‌اند، گرد هم آمده‌اند. من بیرون در آفتاب بهاری با دوتن از بنیان‌گذاران وی شیر نشسته‌ام و در حال صرف ناهار کنفرانس هستم؛ یک کاسه عدس و چغندر ارگانیک، پشت سر من، آماده‌سازی‌های لازم برای لوفست، میهمانی شبانه که حسن ختام این رویداد سه‌روزه است، در حال انجام است. آن طرف هم داوطلبان به‌نوبت با استفاده از ژنراتور پدالی متصل به بلندگوهای بزرگ آکوستیک، موسیقی پس‌زمینه و صداهای کوتاهی را تولید می‌کنند که با آواز زنده گروه موسیقی در آن نزدیکی تداخل می‌کند. روبه‌روی من، مادری به نوزادش شیر می‌داد. هم‌زمان، شرکت‌کنندگان به زبان‌های مختلف و در مورد موضوعات جذاب گوناگون به بحث و تبادل نظر می‌پرداختند.

1. OuiShare Fest
2. Cabaret Sauvage

سرمایه‌گذاری‌های جدید از سوی USV، شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیویورکی موضوع بحث بود. در مورد پلتفرم دموکراسی‌اواس از پیامانچینی^۱، پلتفرم تصمیم‌گیری مشارکتی با پشتیبانی مالی از طریق شتاب‌دهنده‌ی وای کامبینی تور^۲ حرف می‌زدند. (۲) مفهوم «قدرت جدید» مورد حمایت هنری تمز، مدیرعامل ناینیتی‌سکنداستریت‌وای و جرمی هایمنز از بنیان‌گذاران پریس بود (۳) و در نهایت توالت‌های هوشمند سازگار با محیط‌زیست کنفرانس که از تراشه‌های چوبی بازیافتی به جای استفاده از آب یا مواد شیمیایی، اینجا به چشم می‌خورد.

وی شیر که در سال ۲۰۱۱ توسط آنتونین لئونارد، بنجامین تینک، ادوین موتوسامی و فلوربر لینگن پایه‌گذاری شد، در سال ۲۰۱۵ تبدیل به واسطه‌ای پرنفوذ در بازار پر جنب و جوش ایده‌های سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری شد. لئونارد، جوانی کاریزماتیک و سیاست‌مداری بلندپرواز، برای وی شیر نقشی فراتر از ترویج تفکر و گفت‌وگو در آینده قائل است. می‌گوید: «ما همچنان که خودمان را خالق پروژه‌های معنادار می‌بینیم، در تلاش برای ایجاد جامعه‌ای بهتر و جامعه‌ای با عدالت اجتماعی بیشتر نیز هستیم.» نقطه آغاز کار وی شیر به consocollaborative.com؛ وبلاگی که توسط لئونارد در سال ۲۰۱۰ ایجاد شده، برمی‌گردد. سال بعد، گروهی از طرفداران «اشتراک‌گذاری» هر ماه جلساتی در پاريس به صرف شام دنگی ترتیب می‌دادند. آن مذاکرات اکنون به یک نهاد جهانی با بازوی مشاوره‌ای، مرکز رشدی برای پروژه‌های رو به شکوفایی و شبکه‌ساز تبدیل شده است. وی شیر اکنون در بیش از ۲۰ کشور، عموماً در اروپا و همچنین پراکنده در کشورهای مختلفی مانند شیلی، لبنان، مراکش و کانادا، نیز حضور دارد و توسط «رابطی» که به اتفاق آرا انتخاب می‌شود، بر اجتماعات وی شیر نظارت می‌کند.

وی شیر در تلاش است تا به پدیده گفت‌وگویی که آن را ترویج کرده عینیت ببخشد و از هیچ تلاشی جهت ایجاد یک سازمان مشارکتی با فرایند تصمیم‌گیری جمعی که اجماع را بر سرعت ترجیح می‌دهد، فروگذار نمی‌کند. (۴) فرانچسکا پیک از بنیان‌گذاران جشنواره وی شیر در پست وبلاگی خود در سال ۲۰۱۵ توضیح می‌دهد: «به این دلیل است که به جای نامیدن این رویداد به عنوان اتاق فکر، سازمان غیرانتفاعی یا هر چیز دیگری، مایلم وی شیر را مرکز رشد افراد در نظر بگیرم؛ پلتفرمی مشترک برای کسب تجربیاتی که به روابط و اعضا امکان دسترسی به

1. Pia Mancini's Democracy OS

2. YCombinator

دانش مشترک، ابزارها و شبکه بین‌المللی از افرادی را می‌دهد که می‌توانند از آنها بیاموزند و الهام بگیرند.» (۵)

داشتم بالئونارد و تینک در مورد تنشی گفت‌وگو می‌کردم که احساس می‌کردم در گردهمایی به وقوع پیوسته است؛ تنش میان گروهی که اقتصاد اشتراکی را از منظر منفعت‌مالی و گروهی که آن را با نگاهی هدف‌محور می‌دیدند؛ در واقع میان افرادی که اقتصاد اشتراکی را به شکل اقتصاد بازار می‌بینند و افرادی که آن را بیشتر شبیه یک «اقتصاد هدیه» تصور می‌کنند.

لئونارد می‌گفت: «فکر می‌کنم سردرگمی افراد ناشی از دل‌بستگی و امید است که به این پلتفرم‌ها برای تغییر جهان ایجاد شده است و از آنجایی که امید زیادی وجود داشت، افرادی که تا به حال امیدوار بودند، اکنون از جهاتی بسیار ناامید شده‌اند. اما شاید مشکل اصلی این نباشد که چگونه این حجم از پول زیاد در این راه سرمایه‌گذاری شده؛ مشکل اینجاست که اصلاً چرا چنین امید واهی داریم؟» این «امید»ی که لئونارد بدان اشاره می‌کند، به‌طور مفصل در مصاحبه سال ۲۰۱۵ توسط نیل گورنفلو، تحلیلگر سابق سهام‌وال استریت که پروژه شیرابل^۱ در سال ۲۰۰۹ به‌منظور کمک به «دموکراتیزه کردن نحوه تولید، مصرف، مدیریت و حل مشکلات اجتماعی» را انجام داد، توضیح داده شده است. گورنفلو اشاره می‌کند که چگونه انقلاب صنعتی می‌تواند ثروت را توزیع کند، اما با گذشت زمان، رفته‌رفته تمرکز جامعه به‌جای رفاه عمومی و آزادی به سمت انباشت شخصی منحرف می‌شود. او معتقد است که اقتصاد اشتراکی قادر است این عدم توازن را برطرف کرده و در این مسیر به برخی دیگر از چالش‌های بزرگ جهان همانند تخریب محیط‌زیست رسیدگی کند. (۶)

تینک، متفکر ژرف‌اندیشی که به من گفت وی شیر را به خاطر گریز از کار «فوق‌العاده کسل‌کننده» خود در شرکت پایه‌گذاری کرده است، در موافقت با گفته‌های لئونارد، به دور از گزافه‌گویی و کاملاً حساب‌شده در موافقت سرش را تکان می‌دهد. به نظر تینک، برای وارد کردن یک ایده اقتصاد اشتراکی در بازار، انتخاب‌های بسیار کمی برای سرمایه‌گذاران خطرپذیر وجود دارد. تینک خاطرنشان می‌کند که «در حال حاضر، عملاً هیچ جایگزینی برای تامین منابع مالی کسی که ایده راه‌اندازی یک پروژه را دارد و بخواهد مبلغی برای ساخت یک پلتفرم و به‌ویژه ایجاد یک جامعه مجازی جمع‌آوری کند تا کسب و کارش را به نقطه جرم بحرانی برساند، وجود

1. Sharable

ندارد؛ چراکه برای انجام همه این فرایندها به منابع بسیار زیادی نیاز خواهید داشت. در حال حاضر، همه ما بر این باوریم که «بسیار خوب، باید تلاش کنیم روش‌هایی برای ایجاد ارزش و نحوه اداره امور به صورت اشتراکی و در عین عدل و مساوات و دموکراتیک پیدا کنیم» و این هدف خوبی است. اما در مرحله نخست، نیازمند یافتن راهی هستید تا میان شکاف‌های مراحل اولیه ارتباط ایجاد کنید. چگونه این کار را انجام می‌دهید؟ در حال حاضر، به نظر می‌رسد فقط سرمایه‌گذارهای خطرپذیر قادر به انجام این کار باشند.»

صبح روز قبل، جرمای اوینگ، بنیان‌گذار شورای معروف کروادکمپانی و نویسنده فعال در حوزه فضا در همایش صحبت کرد و در مورد تزریق عظیم سرمایه‌گذاری خطرپذیری گفت که پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی توانسته‌اند جذب کنند و در حال حاضر به مراتب بیشتر از مبلغی است که همه شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی، از جمله فیس‌بوک، قبل از عمومی شدن به دست آورده بودند. (۷) اوینگ، مدافع پدیده «اقتصاد مشارکتی»^۱، پیوند ساختاری نزدیکی میان مراحل تکامل اقتصاد اشتراکی و مرحله‌های مشابه در صنعت رسانه‌های اجتماعی متصور است که در طول چند سال اخیر به وجود آمده‌اند. از بسیاری جهات، حق با اوست. اما به عقیده من، این ارتباط حتی عمیق‌تر از آنی است که اوینگ مطرح کرده است. بدون وجود رسانه‌های اجتماعی، گزاره اقتصاد اشتراکی احتمالاً در شکل فعلی آن وجود نداشت. از جهاتی، همان‌طور که در فصل بعد به تفصیل بررسی می‌کنم، رسانه‌های اجتماعی در واقع نقش جاده‌صاف‌کن برای پلتفرم‌ها داشته‌اند.

شکی نیست که توجه برخی مدیران اجرایی شرکت‌ها به این دلیل به اقتصاد اشتراکی جلب شد که شاهد رشد سرمایه‌گذاری خطرپذیر و تامین مالی قبل از اولین عرضه عمومی سهام بودند که توسط اوپر (بیش از هشت میلیارد دلار از اواخر سال ۲۰۱۵)، دیدی کوادی چین (بیش از چهار میلیارد دلار) و ایری ان‌بی (نزدیک به سه میلیارد دلار) انجام شد. بر حضور این مدیران در رویدادهایی همانند فستیوال وی شیر به سرعت افزوده می‌شود (این مطلبی بود که دوستم چارلی استروم کمی پیش‌تر در مورد اینکه «امسال تعداد کفش‌های پاشنه‌بلند از صندل بیشترند» با نیش‌خند به من کنایه زد). سرمایه‌گذاران فعال از USV نیویورک و اندریسن هورویترز سیلیکون ولی گرفته تا صندوق‌های تامین سرمایه‌گذاری بلک‌راک و تریگرگلوبال منیجمنت، شرکت بانکداری

1. Collaborative economy

سرمایه‌گذاری گلدمن ساکس، کارل آیکان؛ شخصیت منتفذ کسب و کار، جنرال موتورز و شرکت رسانه‌ای بنت و کلمن هند هستند. کریگ شاپیرو که در سال ۲۰۱۱ شرکت کلبریتینوفاندر پایه‌گذاری کرده است، به‌طور اختصاصی فقط در حوزه اقتصاد اشتراکی سرمایه‌گذاری می‌کند. تزریق سرمایه خطرپذیر و ظهور پلتفرم‌ها به همراه سرمایه‌گذاران شرکت‌های بزرگ موجب شد تا بسیاری به این باور برسند که ایده‌های مطلوبی که تا قبل از سال‌های ۲۰۱۰ و در ارتباط با اقتصاد اشتراکی وجود داشته‌اند اکنون دیگر پایدار نیستند. آرتور دی گریو، سردبیر مجله وی شیر در مطلبی در سال ۲۰۱۴ می‌گوید: «به عبارت ساده، با طرز تفکری که در سرمایه‌داری مدرن وجود دارد، سهام‌داران، برابر (peer برگرفته از par لاتین، به معنی «برابر») نیستند، بلکه مافوق‌اندو اگر مدل کسب و کارتان بر اساس توانایی‌های شما برای ایجاد یک جامعه پایدار باشد، آنگاه انتظار وجود تضاد میان وظیفه‌تان در خدمت به سرمایه‌گذاران از طریق افزایش بازگشت سرمایه و روح مساوات‌طلبانه خدمات P2P (همتابه‌همتا)، غیرمنطقی نخواهد بود. در نهایت امر، مجبور به انتخاب از میان این دو هستید.» (۸) تنش ذاتی برای انتخاب میان این گزینه‌ها احتمالاً همان منشاء ناامیدی است که لئونارد بدان اشاره می‌کند. این موضوع همچنین یادآور احساساتی است که دینا فیلیپووا، روشنفکر اجتماعی در مقاله سال ۲۰۱۴ خود بیان کرد: «محاكمه‌صوری اقتصاد مشارکتی»؛ آنجا که متذکر می‌شود «البته، تکنولوژی با خود اقتصاد مشارکتی مشکلی ندارد، دست‌کم تا حدودی، مشکل در نحوه تفکرات مان و امیدهای بی‌پایانی است که به این نوع از اقتصاد داریم.» (۹)

این بحث در وی شیر و همچنین در گردهمایی‌شان، هم‌تکامل تدریجی استفاده از اصطلاح «اقتصاد اشتراکی» را نشان می‌دهد و هم توصیف‌کننده ماهیت تبادلات آن است. در حال حاضر و در سال ۲۰۱۵ که مشغول نوشتن این کتاب هستم و به فعالیت‌های اقتصادی اقتصاد اشتراکی نگاهی می‌اندازم، این فعالیت‌ها را مشابه فعالیت‌های اقتصاد بازار نسبتاً استاندارد می‌بینم. همچنین تبادلات را نیز در بهترین حالت بخشی از یک «اقتصاد هدیه» می‌بینم که نه تنها در خدمت اهداف اقتصادی است؛ بلکه دارای کاربردهای اجتماعی و فرهنگی نیز هست؛ هرچند بسیاری از تبادلات، ادغام جالبی از نوع بازار و هدیه به نظر می‌رسند.

همان‌طور که بعداً در این فصل بحث خواهیم کرد، کاملاً طبیعی است که اقتصاد اشتراکی روی طیفی میان اقتصاد بازار و اقتصاد هدیه قرار داشته باشد، اما برای رسیدن به این نقطه،

نخست نیازمند مرزبندی مفهوم «اقتصاد اشتراکی» و بحث در خصوص چگونگی تکامل تفکر اخیر هستیم.

اقتصاد اشتراکی چیست؟

در مقدمه، نمونه‌هایی را ارائه دادم که در زیرمجموعه عناوین کلی «اقتصاد اشتراکی» یا «سرمایه‌داری مبتنی بر جمع‌سپاری» قرار می‌گیرند؛ اصطلاحاتی که به‌طور دقیق‌تر (و به‌جای یکدیگر) جهت توصیف یک سیستم اقتصادی با داشتن پنج خصیصه ذیل از آنها بهره می‌برم:

۱. **تا حد زیادی بازارمحور:** اقتصاد اشتراکی بازارهایی را ایجاد می‌کند که قادر به تبادل کالاها و ظهور خدمات جدید هستند و به‌طور بالقوه به سطوح بالاتر فعالیت‌های اقتصادی می‌انجامد.
۲. **تاثیر سرمایه‌پر قدرت:** اقتصاد اشتراکی فرصت‌های جدیدی را برای هر چیزی ایجاد می‌کند، از دارایی‌ها و مهارت‌ها گرفته تا زمان و پول، تا حداکثر ظرفیت موجود مورد بهره‌برداری قرار گیرد.
۳. **«شبکه‌های» مبتنی بر جمعیت به جای نهادها یا «سلسله‌مراتب» متمرکز:** عرضه سرمایه و نیروی کار عمدتاً از طریق جمعیتی از افراد و به‌صورت غیرمتمرکز تأمین می‌شود تا از طریق مجموعه‌های ساختار یافته شرکتی یا دولتی؛ تبادلاتی که در آینده اتفاق می‌افتد، ممکن است از طریق بازارهای مبتنی بر جمعیت و به‌صورت غیرمتمرکز صورت پذیرد؛ نه از طریق واسطه‌های ثالث متمرکز.

۴. **محو شدن خطوط فاصله بین اشخاص غیر حرفه‌ای و حرفه‌ای‌ها:** عرضه نیروی کار و خدمات عموماً در حد و اندازه‌های اقتصادی خود به فعالیت‌های هم‌تابه هم‌تا از قبیل سوار کردن یا وام‌دادن به کسی محدود می‌شوند و این فعالیت‌ها عموماً «شخصی» در نظر گرفته می‌شوند.
۵. **محو شدن خطوط فاصله بین اشتغال تمام‌وقت و کار کردن موردی، بین اشتغال مستقل و وابسته، بین کار و اوقات فراغت:** بسیاری از شغل‌های سنتی تمام‌وقت، در حال حاضر با انواعی از مدل‌های کار از نوع قراردادی جایگزین شده‌اند که شامل خصوصیت‌هایی از جمله تعهدات زمانی، تقسیم‌بندی، وابستگی‌های اقتصادی و کارآفرینی است. نمی‌دانم که آیا روی تعریفی مشترک از اقتصاد اشتراکی، اجماعی وجود دارد یا خیر. بنابراین کاملاً مطمئنم که برخی خوانندگان، احتمالاً با تعریفی که ارائه می‌دهم، موافق نباشند و احساس کنند که این تعریف بیشتر به جنبه سرمایه‌داری این پدیده متمایل باشد و همین‌طور اصطلاح «اشتراکی» را در توصیف

آنچه اغلب تبادلات تجاری خوانده می‌شود، نابجا به کار برده باشم. همکارم پل رومر در پست وبلاگ خود در ژوئن ۲۰۱۵ اظهار تاسف می‌کند که شاید داریم صرف یک فعل خوب را از دست می‌دهیم، (۱۰) (موافقم، دقیقاً زمانی که پلتفرم‌های رسانه‌های «اجتماعی» ظهور کردند، صفت مناسبی را از دست دادیم و همین‌طور زمانی که فیس‌بوک واژه «دوست» را به فعل تبدیل کرد، اسم خوبی هم از دست رفت.)

اگرچه «سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت» دقیقاً همان موضوعی را توصیف می‌کند که قصد دارم در این کتاب پوشش دهم، اما همچنان در این کتاب از اصطلاح «اقتصاد اشتراکی» استفاده می‌کنم؛ چراکه فکر می‌کنم بدین ترتیب تعداد افرادی که منظور مراد می‌یابند به حداکثر ممکن می‌رسند. با این حال، در نظر گرفتن طیف وسیعی از اصطلاحات مشابهی که با این سیستم جدید اقتصادی مرتبط است، کار جالبی خواهد بود. علاوه بر «اقتصاد مشارکتی» اوینگ که بر «اقتصاد اشتراکی» ارائه شده از طرف نویسندگانی همچون ریچل بوتسمن و رابین چیس و از قضا تا حدودی وی شیر ترجیح داده شده. نویسندگان و متفکرانی از سال ۲۰۱۰ به بعد اصطلاحات «اقتصاد گیگ»، «اقتصاد همتا»، «اقتصاد اجاره‌آ» و «اقتصاد تقاضا محور» (مورد آخر از سوی کریس دیکسون، سرمایه‌دار خطرپذیر بسیار درست و دقیق است) (۱۱) را مورد استفاده قرار داده‌اند. مطالعه‌ای از سوی مجله فورچون در مورد کاربرد این اصطلاحات در نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال و واشنگتن پست آشکار ساخت که در شش ماهه اول سال ۲۰۱۵ از واژه «اقتصاد اشتراکی» پنج برابر بیشتر از واژگان «اقتصاد تقاضا محور» و «اقتصاد گیگ» استفاده شده است، اما با این وجود دو واژه اخیر به تدریج در حال محبوب شدن هستند. (۱۲)

قبل از اینکه بر پیشگامان فکری اقتصاد اشتراکی امروزی دقیق شوم، می‌خواهم تعاریف ضمنی مطرح شده در دو کتاب تاثیرگذاری که با ظهور جریان اصلی اقتصاد اشتراکی پدیدار شدند را بررسی کنم؛ کتاب «آن چیزی که متعلق به من است، متعلق به تو نیز

-
1. Gig economy
 2. Peer economy
 3. Renting economy
 4. On-demand economy

هست: ظهور مصرف مشارکتی» نوشته ریچل بوتسمن و رورا جرز و کتاب «مش» اثر لیسا گانسکی و همچنین پرداختن به ایده‌های مطرح شده در کتاب اخیر الکس استفانی؛ «کسب و کار اشتراکی».

بوتسمن و راجرز در کتاب خود تلاش می‌کنند تا آنچه آنها تغییری گسترده در روند مصرف می‌نامند، از قرن ۲۰ تا ۲۱ را مورد بررسی قرار داده و دسته‌بندی کنند. این نویسندگان معتقدند که قرن ۲۰ با «مصرف زیاده» شناخته شده است، در حالی که قرن ۲۱ در حال تبدیل شدن به قرن «مصرف مشارکتی» است. امکان دسترسی در مصرف بیش از حد معمول یا زیاده، با میزان اعتبار تعیین می‌شود، در حالی که امکان دسترسی در مصرف مشارکتی با میزان شهرت تعیین می‌شود. در مصرف زیاده، تبلیغات تعیین کننده انتخاب است، در حالی که همین انتخاب در مصرف مشارکتی توسط جمع هدایت می‌شود. مصرف بیش از حد با مالکیت معنی می‌شود و مصرف مشارکتی از طریق دسترسی اشتراکی تعیین می‌شود. آنها مشاهداتشان را این گونه توصیف می‌کنند: «مشارکت که در قلب مصرف مشارکتی جای دارد، ممکن است به صورت محلی یا چهره‌به‌چهره باشد یا ممکن است از اینترنت برای ارتباط، ترکیب و تشکیل گروه‌ها بهره بگیرد و چیزی یا کسی را به منظور ایجاد تعاملات هم‌تابه‌هم‌تای «بسیار زیاد» بیابد. به عبارت ساده، افراد چیزهایی را دوباره و چندباره با جامعه به اشتراک می‌گذارند؛ این اشتراک‌گذاری‌ها می‌تواند یک دفتر کار باشد، یا یک محله، یک مجتمع آپارتمانی، یک مدرسه یا یک شبکه فیس‌بوک باشد.» (۱۳)

بوتسمن و راجرز، اصطلاح مورد نظرشان یعنی مصرف مشارکتی را مطابق با مجموعه‌ای از اصول شامل جرم بحرانی، ظرفیت معطل مانده (ارزش استفاده نشده از دارایی‌های استفاده نشده یا کمتر استفاده شده)، اعتقاد به ارزش‌ها و اعتماد به بیگانه‌ها تشکیل شده، تعریف می‌کنند. بوتسمن از آن زمان تاکنون این ایده‌ها را در بحث و بررسی‌های متعدد در سرتاسر جهان و در برخی مقاله‌های تعریفی در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ که در فصل سوم بدان‌ها خواهم پرداخت، گسترش داده است.

کتاب اندیشمندانه گانسکی در سال ۲۰۱۰ روی «مصرف مشارکتی» و بر مفهومی دیگر به نام «مش» تمرکز می‌کند. گانسکی، یکی از دوستان خوب من و همین‌طور یک کارآفرین

زنجیره‌ای است که شرکت خود؛ اوفوتو^۱ را قبل از حساب دات کام سال ۲۰۰۰ به کداک فروخت و در حال حاضر یکی از سرمایه‌گذاران فرشته حامی سیلیکون ولی است که به‌طور فعال به مشاوره می‌پردازد. او در مقایسه با افراد بسیار زیادی که می‌شناسم، دارای توانایی خارق‌العاده‌ای در آینده‌نگری تغییرات دیجیتالی است. همه می‌دانند که مش یا توری نوعی پارچه است اما پر از روزنه. به غیر از نوه‌های توری، پیراهن‌های فوتبال و کیسه‌های پیاز نیز از تور ساخته شده‌اند. کاملاً پارچه نیستند و صرفاً با نخ هم درهم‌تنیده نیستند. طبقه‌بندی مش کار دشواری است، کاربردهای بسیاری دارد و زیادی شفاف است. دسته‌بندی «مش» گانسکی نیز تا حدودی دشوار است، اما او تأکید می‌کند که اصل این اصطلاح «نوعی شبکه است که امکان هر نوع پیوندی را در هر مسیری با سایر گره‌ها در سیستم فراهم می‌کند» (۱۴) به عبارت دیگر، این شبکه ریزوماتیک است تا خطی.

به‌طور مشخص‌تر، گانسکی مدعی است که مش دارای پنج ویژگی بارز است. نخست، مش، با قابلیت به اشتراک‌گذاری اش شناخته می‌شود؛ محصولات یا خدمات را به راحتی می‌توان در یک جامعه به اشتراک گذاشت و این جامعه می‌تواند هر شکلی داشته باشد (محلی یا جهانی). دوم، مش متکی بر شبکه‌های دیجیتالی پیشرفته است (داده‌ها، در مورد اینکه چه چیزی و به‌وسیله چه کسی به اشتراک گذاشته شده را می‌توان در زمان واقعی ردیابی کرد). سوم، مش بی‌واسطه است (کالاها را می‌توان در هر زمان و هر مکان به اشتراک گذاشت). چهارم، در مش، روش‌های ترویج کاربران از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی (یادداشت و رتبه‌دهی کاربران که روی پلتفرم‌های مورد بحث یا سایت‌های دیگر، مانند فیس‌بوک و توئیتر منتشر می‌شوند) جایگزین تبلیغات معمول شده است. در نهایت اقتصاد مش دارای مقیاسی جهانی و بالقوه است.

از زاویه دید گانسکی در مورد اقتصاد اشتراکی به شدت بر قدرت توانمندساز تکنولوژی‌های دیجیتال متمرکز شده است. وی توضیح می‌دهد: «مش همچنین با استفاده از دستگاه‌های اطلاعاتی پیچیده، دارایی‌های فیزیکی را به‌طرز موثرتری به کار می‌گیرد. بدین ترتیب درآمد خالص شرکت افزایش پیدا کرده و همین‌طور فشار بر منابع طبیعی کاهش می‌یابد.» به عبارت دیگر، اوقات فراغت افراد و همچنین ظرفیت خالی آنها در دارایی‌ها و فضا که به دلیل وجود

1. oFoto

شبکه‌های دیجیتال و به‌موجب این شفافیت جدید قابل شناسایی است، به‌طور فزاینده‌ای اشتراک‌پذیر هستند. بر این اساس گانسکی به‌طرز خوش‌بینانه‌ای «مش» را همچون «فرصت بزرگ بعدی جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید و احیای کسب‌وکارهای قدیمی می‌بیند.» (۱۵) ایده‌ها و پیش‌بینی‌های بوتسمن و گانسکی مفاهیم خوبی از سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت در سال ۲۰۱۱ را برابیم ایجاد کرد. به‌طرز قابل توجهی تفکراتم با خواندن کتاب‌هایشان و شرکت در بسیاری از گفت‌وگوها با هر یک از آنها تاثیر پذیرفته است. همچنین مکرراً از الکس استفانی به‌هنگام نوشتن کتاب ۲۰۱۵ خود به این دلیل که در حوزه کسب‌وکارش متفکر و همین‌طور کارآفرین فعالی بود، بهره‌مند می‌شدم و گفت‌وگو می‌کردم؛ او بنیان‌گذار جاست پارک^۱ است؛ بازار هم‌تابه‌هم‌تابی که آن دسته از افرادی را که فضاهای پارکینگ خالی دارند با افرادی که به‌دنبال جایی برای پارک هستند، ارتباط می‌دهد. (ممکن است این تصور پیش بیاید که این تا اندازه‌ای مشابه مورد «فضاهای پارکینگ ایربی‌ان‌بی» است که قبلاً در موردش توضیح داده شد.) استفانی، در ابتدای کتاب خود، با اشاره به تاثیر «مدرسه آدم‌های عجیب و غریب» که مجبور شد برای پاسخ به سوالش سری هم به فرهنگ لغات بزند، تعریف کوتاهی از اقتصاد اشتراکی ارائه می‌دهد: «اقتصاد اشتراکی در واقع ارزش ایجادشده در نتیجه استفاده از دارایی‌های معطل مانده و فراهم کردن امکان دسترسی آنلاین به آنها برای جامعه است که در نهایت منجر به کاهش نیاز به مالکیت چنین دارایی‌هایی می‌شود.» (۱۶)

اوسپس برای هر یک از پنج قسمت تعریف خود، توضیحاتی می‌دهد: ۱. ارزش (تبادل) ایجاد ارزش اقتصادی می‌کند، چه با بهره‌گیری از پول و چه از طریق مبادله کالا به کالا؛ ۲. دارایی‌های کمتر استفاده‌شده (مشابه ظرفیت بلااستفاده بوتسمن)؛ ۳. دسترس‌پذیری آنلاین (قدرت توانمندساز اینترنت)؛ ۴. جامعه (تسهیل یک تبادل به‌مراتب انعطاف‌پذیر از طریق اعتماد بر اساس جامعه، تعامل اجتماعی یا ارزش‌های مشترک) و ۵. کاهش نیاز به مالکیت (کالاها به خدمات تبدیل می‌شوند). استفانی، در تعریف خود اختصاصاً بر تبادلات هم‌تابه‌هم‌تابا تمرکز نمی‌کند و در عوض بر شرکت‌هایی از قبیل زیپ‌کار^۲ و رنت‌دران‌اوی^۳ متمرکز می‌شود که

1. JustPark
2. Zipcar
3. Rent the Runway

به جای اینکه شرایط عرضه خدمات را از طریق افراد ایجاد کنند، خودروها را به طور مستقیم به مصرف‌کنندگان اجاره می‌دهند. با این حال، وی در ابراز علاقه خود نسبت به «کسب‌وکار» اشتراکی رک و بی‌پرده است و با پی بردن به تناقض بالقوه ذاتی، دلیل استفاده خود از اصطلاح «اقتصاد اشتراکی» را بدین صورت توضیح می‌دهد:

چرا در سرتاسر این کتاب بارها و بارها از اصطلاح «اقتصاد اشتراکی» استفاده می‌کنم؟ تا اندازه‌ای این کار را به این دلیل انجام می‌دهم که این اصطلاح در گفتمان این موضوع ریشه دوانده است. کار از کار گذشته است. بیرون‌راندن این اصطلاح از گفتمان به نحوی غیرممکن است و تعداد کثیری از افرادی که اصولاً مشکلی با این اصطلاح ندارند را سردرگم می‌کند. (۱۷)

چگونه تفکر کلیدی اولیه در اقتصاد اشتراکی تکامل یافت؟

چیزی را که من به عنوان اقتصاد اشتراکی تعریف می‌کنم (یا به عنوان سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت)، در اندازه قابل توجه خود در سال ۲۰۱۰ پدیدار شد. با این حال، مفاهیم متفاوت «اقتصاد اشتراکی» به پیش از زمانی برمی‌گردد که شرایط برای این نوع از اقتصاد در بازارهای بکر و گوشه آماده توسعه بودند. یک قدم به عقب برمی‌داریم و دیدگاه تعدادی از اندیشمندان را درباره اقتصاد اشتراکی، کاوش در روند برخی از سوابق تاریخی اقتصاد اشتراکی و حتی پیوند آن با تفکر اولیه در خصوص اقتصاد هدیه که جوامع انسانی برای قرن‌ها به آن متکی بودند را بررسی می‌کنیم.

سال ۲۰۰۴، یوچای بنکلر^۱، استاد دانشگاه نیویورک (در حال حاضر استاد دانشگاه هاروارد) اثر «اشتراک دوستانه: در رابطه با کالاهای اشتراک‌پذیر و ظهور اشتراک‌گذاری به عنوان روشی از تولید اقتصادی» را منتشر کرد. تا حدودی با الهام از رشد سریع ویکی‌پدیا از سال ۲۰۰۱، بنکلر مشاهداتی در افزایش اشتراک‌گذاری و تبادلات اجتماعی داشته است و پیش‌بینی کرد که اشتراک‌گذاری به زودی به «هسته مرکزی بسیاری از اقتصادهای پیشرفته. در بخش‌های تکنولوژی اطلاعات، فرهنگ، آموزش، رایانش و ارتباطات. مبدل خواهد شد.» (۱۸) و خاطر نشان ساخت که این تغییرات بسیار فراتر از دسترسی روزافزون مردم به نرم‌افزارهای رایگان، رایانش توزیع‌شده و شبکه‌های دیجیتالی در ابعاد یک جامعه است. به عقیده بنکلر، تغییرات اساسی

1. Yochai Benkler

عملادر جاهایی اتفاق افتاده که «این تکنولوژی‌ها اجازه داده‌اند مشکلات متعددی که در تدارکات و آماده‌سازی کالاها وجود دارد، در قالب تولید غیرمتمرکز و بر اساس روابط اجتماعی به جای بازارها یا سلسله‌مراتب مهار شوند.» (۱۹)

توجه داشته باشید که بنکلر ادعا نمی‌کند که ما به نوعی به برهه منحصر به فرد اشتراک انسانی پا گذاشته‌ایم. در عوض، او اشاره می‌کند که ما در حال تجربه مدل جدیدی هستیم که ترکیبی است از مدل‌های اقتصادی قدیمی و به حاشیه رانده شده توسط سرمایه‌داری و این مدل جدید با ظهور تکنولوژی‌های دیجیتالی ممکن شده است.

هزینه سرمایه مربوط به اقدامات موثر اقتصادی در اقتصاد صنعتی، عمل به اشتراک‌گذاری را به حاشیه رانده است؛ هم در مورد خانوارها در اقتصادهای پیشرفته و هم در خصوص کشورهای که در حاشیه اقتصاد جهانی قرار گرفته‌اند و همواره جزء موضوعات انسان‌شناسی هدیه یا ادبیات مربوط به رژیم مالکیت عمومی بوده‌اند. ظهور ساختارهای جدید در سرمایه‌گذاری ثابت در شبکه‌های دیجیتالی؛ به ویژه پدیده رایانش توسط کاربران و قابلیت‌های ارتباطاتی، حداقل تا اندازه‌ای این تاثیر را خنثی می‌کند. (۲۰)

بسیاری از استدلالات اصلی بنکلر روی این نگرش استوار است که برخی منابع مادی همچون اتومبیل، همان‌طور که وی اظهار می‌دارد، «گره‌دار» و «دانه متوسط» هستند. منظور بنکلر از «گره‌دار» اشاره به هر نوع کالایی است که باید «همان‌طور که هست» خریداری شود، حال چه از تمام ویژگی‌های آن استفاده شود؛ چه نشود. به عنوان مثال، شما برای انجام کار خود ممکن است تمام قدرت سی‌پی‌یویی را که سازنده‌اش از پیش آن را روی کامپیوتر شما نصب کرده، نیاز نداشته باشید و در عین حال هیچ‌چاره‌ای جز خرید یک دستگاه قوی‌تر از نیازتان هم ندارید. از سوی دیگر، «دانه‌دار» به میزان استفاده یا عدم استفاده از ظرفیت واقعی یک کالا اشاره می‌کند. برای مثال، معمولاً اتومبیل‌ها در ۲۴ ساعت شبانه‌روز مورد استفاده قرار نمی‌گیرند (گاهی اوقات تنها یک بار در روز یا چند بار در هفته) و بنابراین از ظرفیت واقعی آن استفاده نمی‌شود. به همین دلیل، بسیاری از اتومبیل‌ها را می‌توان جزء کالاهایی دسته‌بندی کرد که «دانه‌دار متوسط» هستند. این کالاهای مادی گره‌دار و دانه متوسط نشان‌دهنده منابع سرمایه

فیزیکی کمتر استفاده شده است. بنک‌لر خاطر نشان می‌سازد که نوآوری در واقع وجود یا چگونگی ظهور این منابع بلااستفاده نیست، بلکه جذب آن دسته از منابعی است که پیش‌تر مورد غفلت قرار گرفته‌اند. چرا حالا؟ او به ما یادآوری می‌کند که این تغییر لزوماً ناشی از تصمیم ناگهانی جامعه در پذیرش اقتصاد اشتراکی به دلایل مسائل اخلاقی نیست، بلکه ناشی از این است که پلتفرم‌های دیجیتال - در دسترس بودن نرم‌افزارهای رایگان، رایانش توزیع‌شده و شبکه‌های وایرلس - امکان به‌اشتراک‌گذاری و استفاده از حداکثر ظرفیت این منابع را به آسانی فراهم ساخته‌اند. وی همچنین فعالیت‌های اشتراکی در میان هم‌تایان را مشابه تعاملاتی از جنس بازار محور، اما با یک تفاوت کلیدی، یعنی غلبه نشانه‌های اجتماعی به‌عنوان مکانیسم هماهنگی‌های اقتصادی می‌داند:

«اکنون بر این باورم که پدیده‌هایی که در اینجا و جاهای دیگر توصیف کردم - اشتراک کالاهای اشتراک‌پذیر و تولید نرم‌افزارها به روش هم‌تابه‌متا، اطلاعات و به‌طور کلی کالاهای فرهنگی - مشابه یک بازار ایده‌آل در ویژگی‌های اجتماعی‌شان هستند، با این تفاوت که نشانه‌ها و محرک‌های اجتماعی جایگزین روش‌های قیمت‌گذاری به‌عنوان ابزاری برای تولید اطلاعات و تشویق به اقدام می‌شوند.» (۲۱)

او همچنین نشان می‌دهد تغییرات اقتصادی که شاهد آن هستیم، مسائل مختلف و جدیدی در حوزه سیاست‌گذاری پیش می‌آورد و با نوعی پیش‌داوری می‌گوید، با حرکت به سمت جلو، نیازمند «بازنگری در انتظارات مان، فرضیات و در نهایت، دستورالعمل‌های سیاستی هستیم تا با ظهور پراهمیت روابط اجتماعی به‌طور عام و اشتراک‌گذاری به‌عنوان یک شیوه تولید اقتصادی به‌طور خاص، هم‌گام شویم.» (۲۲)

روش سنجیده بنک‌لر در توصیف اقتصاد اشتراکی با بیانیه کلیسایی میشل باونز، در تضاد است. اگرچه مطابق با مفهوم تولید هم‌تابه‌متای مبتنی بر مشارکت بنک‌لر است، اما چشم‌انداز و نوع نگارش باونز عملاً نه تنها جلوی آن نیرویی که موجب می‌شد تا جامعه «هدف‌محور» به سمت بخش‌های اقتصاد اشتراکی «سودمحور» که قبلاً در این فصل مورد بحث قرار گرفت، حرکت کند را سد کرده است، بلکه آن شور و شوقی را نیز که برخی متفکران و کاربران با آن اقتصاد اشتراکی را پذیرفته بودند، از آنان گرفته است. به‌عنوان مثال، در مقدمه مقاله سال ۲۰۰۵ باونز با عنوان «اقتصاد سیاسی تولید هم‌تابه‌متا» یک احساس شعارگونه را القا می‌کند:

«تا زمانی که مارکس کارخانه‌های تولیدی منچستر را همچون راهکاری برای جامعه سرمایه‌داری جدید شناسایی نکرده بود، عملاً هیچ نوع تغییر و تحول عمیقی هم در اصول زندگی اجتماعی ما به وجود نمی‌آمد. در حالی که دستگاه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تلاش می‌کنند تا خود را به شبکه‌های توزیعی مبدل کنند، پویایی جدیدی با عنوان همتابه‌متا (P2P) برای نوع بشر در حال ظهور است؛ با اینکه P2P منجر به ظهور حالت سوم از تولید، حالت سوم از حکمرانی و حالت سوم از مالکیت می‌شود، اما بازسازی اقتصاد سیاسی ما به طور بی‌سابقه‌ای بی‌حرکت مانده است.» (۲۳)

آنچه از قسمت اصلی مقاله باونز می‌توان برداشت کرد، در واقع تعریف واضح‌وی از پروژه‌های همتابه‌متاست. نخست، او معتقد است که این پروژه‌ها فرایندهایی هستند که روی شبکه‌های توزیعی در حال وقوع اند. این شبکه‌ها در واقع مکان‌هایی هستند که در آن افراد، دارای درجه خاصی از عاملیت هستند. برای مثال، درست بر خلاف سیستم فرودگاه آمریکا (سیستمی غیرمتمرکز که در آن هواپیماها هنوز هم باید از طریق مراکز از پیش تعیین شده واقع در مرکز مجوز عبور بگیرند)، اینترنت که به وسیله پروتکل TCP/IP ایجاد شده، سیستمی کاملاً غیرمتمرکز است، چراکه مسیرهای انتقال آن به شیوه توزیعی تعیین می‌شوند و مسیرهای مطمئنی در اطراف مسیرهای از پیش تعیین شده در صورت خرابی منابع شبکه در نظر گرفته شده‌اند. به عقیده باونز، «P2P بر مبنای نیروی توزیع شده و دسترسی توزیع شده به منابع است.» دوم، باونز معتقد است که پروژه‌های P2P با در نظر گرفتن «هم‌توانی»^۱ یا «ضد اعتبارگرایی»^۲ آنها تعیین می‌شود، هر کسی می‌تواند در این شبکه‌ها سهام باشد. چراغ راه در اینجا شاید TCP/IP باشد، یک پروتکل «بدون نیاز به اخذ مجوز» که اجازه می‌دهد تا هر دستگاهی اطلاعاتی را صرف نظر از ماهیت محتوا، روی شبکه انتقال دهد.

در نهایت، باونز مدعی است که پروژه‌های P2P با مقایسه دو ویژگی «هولوپتیسیم»^۳ و ویژگی مقابل آن «پنوپتیسیم»^۴ توضیح داده می‌شوند. بر اساس پنوپتیسیم، دانش کل برای یک نفر یا گروهی از نخبگان محفوظ است و شرکت‌کنندگان نیز تنها آن چیزی را که برای انجام کارشان لازم

1. Equipotentiality
2. Anti-credentialism
3. Holoptism
4. Panoptism

است بدانند، می‌دانند. هولوپتیسیم تعریف معکوسی دارد؛ دانش در میان همه کاربران توزیع شده است. به عبارت دیگر، هدف آن کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و تعریف مجدد موازنه قدرت است که به‌طور معمول روابط بین کاربران و تامین‌کنندگان، بین کارگران و مالکان را مشخص می‌کند. این بدان معناست که در پروژه‌های P2P، ارتباط به‌جای اینکه سلسله‌مراتبی باشد، توزیع شده است. دیدگاه باونز بیشتر با قابلیت‌های در حال ظهور دستگاه‌های غیرمتمرکز مبتنی بر بلاکچین هم‌تابه‌همتا که در فصل ۴ مورد بحث قرار خواهیم داد، هماهنگ است. با این حال، امروزه سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت با اصطلاح «هیبرید» لارنس لسیگ که در کتاب خود در سال ۲۰۰۸ با عنوان «ریمیکس: شکوفایی هنر و تجارت در اقتصاد هیبریدی» توصیف می‌کند ارتباط نزدیک‌تری دارد.

لسیگ در کتاب ریمیکس خود تعریف کاملی از اقتصاد اشتراکی در زمینه‌های فرهنگی ارائه می‌دهد و بدین ترتیب آن را از مفهومی که «اقتصاد تجاری» نام می‌نهد، مجزا می‌کند. او می‌نویسد: «نه‌تنها یک اقتصاد تجاری وجود دارد که میزان دسترسی در نحوه اندازه‌گیری ساده قیمت‌ها را تعیین می‌کند، بلکه یک اقتصاد اشتراکی نیز وجود دارد که در آن دسترسی به فرهنگ نه از طریق قیمت‌ها؛ بلکه به‌وسیله ترکیب پیچیده‌ای از روابط اجتماعی تنظیم می‌شود.» (۲۴) در ادامه همان فصل، لسیگ دیدگاه خود را توصیف می‌کند: «از میان تمام راه‌هایی که می‌شود تبادلات در اقتصاد اشتراکی را تعریف کرد. یا به عبارت دیگر، از میان تمام شرایط ممکن مبادله در اقتصاد اشتراکی. تنها تعریفی که نمی‌توان ارائه کرد، تعریف بر حسب پول است.» (۲۵)

سپس لسیگ به‌شخصه تفکر خویش و بنکلر را با یکدیگر مقایسه می‌کند: «همان‌طور که یوچای بنکلر تعریف می‌کند، در اقتصاد تجاری «قیمت‌ها منبع اصلی اطلاعات و انگیزه‌ای برای تخصیص منابع» هستند؛ در اقتصادهای اشتراکی «روابط اجتماعی جدای از قیمت، این نقش‌ها را نیز بازی می‌کنند.» (۲۶) با این حال، او اشاره می‌کند که «به این دلیل نیست که مردم پول را دوست ندارند (بدیهی است)» بلکه به این خاطر است که «مردم در حوزه‌های درهم‌تنیده‌ای از فهم اجتماعی زندگی می‌کنند. آنچه در برخی حوزه‌ها به‌صورت بدیهی و آشکارا مناسب هستند، به‌وضوح در سایر حوزه‌ها نامناسب‌اند.» (۲۷)

به عبارت دیگر، لسیگ مدعی است که در اقتصادهای اشتراکی چیزهایی بسیار فراتر از

خدمات و کالاها در گردش اند. به بیان ساده‌تر، «احساسات خوب» همان چیزی است که در تعریف لسیگ از اقتصاد اشتراکی در گردش است. بنابراین همان‌طور که لسیگ ادعا می‌کند؛ «نه تنها پول در بسیاری از موارد مفید نیست، بلکه افزودن پول به این ترکیب کاملاً ویرانگر و مخرب است.» (۲۸)

لسیگ همچنین ادعا می‌کند که تمام اقتصادهای اشتراکی به‌طور یکسان ساخته نشده‌اند؛ از یک طرف «اقتصاد اشتراکی کم‌رمق»^۱ یا «آن دسته از اقتصادهایی که در آن انگیزه در درجه اول فردمحور است»، یعنی هدفش خدمت به فرد است (لزوماً جنبه‌های مالی ندارد، برای مثال، همانند پیوستن به لیگ سافتبال محلی). از سوی دیگر، «اقتصادهای اشتراکی پررمق»^۲ یا «اقتصادهایی که در آنها هدفی دوپهلوی وجود دارد و میان فرد و انگیزه‌اش عمل می‌کنند» (۲۹) یا هدفش خدمت به جمع است (به‌عنوان مثال، داوطلب شدن در طب‌های محلی).

این تنوع در اقتصادهای اشتراکی موضوع بحث اصلی لسیگ در کتاب ۲۰۰۸ وی شد. او معتقد است که مادر حال حاضر شاهد ظهور یک «روش سوم» هستیم؛ یک اقتصاد هیبریدی که آن را به شرح زیر توصیف می‌کند:

«اقتصادهای تجاری در هسته مرکزی خود با پول ارزش‌سازی می‌کنند. اقتصادهای اشتراکی ارزش می‌سازند و پول را نادیده می‌گیرند. وجود هر دوی این اقتصادها برای زندگی آنلاین و آفلاین حیاتی هستند. هر دو با توسعه تکنولوژی اینترنت بیشتر شکوفا می‌شوند. اما در بین این دو اقتصاد، یک اقتصاد سوم هم وجود دارد که اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است؛ اقتصادی که بر اساس هر دو اقتصاد اشتراکی و تجاری شکل می‌گیرد و به ارزش هر یک از این دو اقتصاد می‌افزاید. این نوع سوم هیبرید بر ساختار اقتصادی تحت وب مسلط خواهد شد. همچنین شیوه کارکرد اقتصاد اشتراکی را از اساس تغییر خواهد داد. اقتصاد هیبریدی یا می‌تواند یک موسسه مستقل تجاری باشد که از نیروی ارزش ایجادشده در اقتصاد اشتراکی استفاده می‌کند یا یک اقتصاد اشتراکی است که یک موسسه مستقل تجاری ایجاد می‌کند تا از اهداف اشتراکی خود بهتر پشتیبانی کند. در هر صورت، اقتصاد هیبریدی دو اقتصاد ساده‌تر یا خالص را با یکدیگر ادغام کرده و از این پیوند چیز جدیدی را تولید می‌کند. با این حال، فقط در صورتی این

1. Thin Sharing Economy
2. Thick Sharing Econmoy

پیوند پایدار است که تمایز بین این دو اقتصاد همچنان پابرجا باشد.» (۳۰)

به طور خلاصه؛ ظاهراً اجماع عمومی وجود دارد که هر یک از انواع اقتصاد اشتراکی طیف گسترده‌تری از گزینه‌های در دسترس را برای مصرف‌کنندگان‌شان فراهم می‌آورند و با هدف کمک به سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی به اهداف بلندمدت از جمله مسائل زیست‌محیطی توجه بیشتری معطوف می‌کند و به ارتباطات اجتماعی بیشتر از موضوعات اقتصادی تکیه می‌کنند. با این حال، به اعتقاد من ما شاهد «اقتصادهای هیبریدی»^۱ (به قول لسیگ) جدیدی هستیم که در آنها، تمایز بین دو اقتصاد تجاری و اشتراکی، به جای آنکه پابرجا باشد، به سرعت در حال محو شدن است. برخی اقتصادهای هیبریدی هم‌شکل و شماییلی تجاری دارند، ولی در حوزه اشتراک پیشگام هستند، همانند شرکت ایربی‌ان‌بی یا به شیوه‌ای که در آن از اهرم تجارت استفاده می‌شود، اما در نهایت هدف اصلی‌شان اشتراک است (به عنوان مثال، پلتفرم بانک زمان تایم‌ریپابلیک^۲ که در آن به جای پول، زمان مبادله می‌شود). (۳۱)

آیا اقتصاد اشتراکی یک اقتصاد هدیه محسوب می‌شود؟

جدای از تلاش‌های روابط عمومی پلتفرم‌هایی از قبیل اوبر و ایربی‌ان‌بی، احتمالاً دلایل محکم‌تری باید برای این میزان از محبوبیت برای واژه «اقتصاد اشتراکی» وجود داشته باشد؛ این واژه برآمده از تفکر و آرمان‌گرایی پذیرندگان اولیه رویکردهای اقتصاد اشتراکی است و به تغییر جهت از یک نظام سرمایه‌داری بی‌روح و ناشناخته قرن بیستم به سمت تبادلاتی اجتماعی‌تر که بیشتر در بطن جامعه و بیشتر بازتاب‌کننده یک هدف مشترک باشد، اشاره می‌کند.

در این بخش، سرانجام به یک نکته اساسی می‌پردازم؛ اجتماع در برابر تجارت به عنوان تسهیل‌کننده مبادلات، بله، این موضوعی بود که در میان متفکران پیشین وحدت نظر به وجود آورد، اما ابراز آن در میان نویسندگان مختلف کاملاً متفاوت است. برای بوتسمن و استفانی و تاحدی گانسکی، نقش ارتباطات اجتماعی تا حد زیادی در ایجاد اعتماد، اعتبار یا «جامعه دیجیتال» خلاصه شده که تبادلات اقتصادی را تسهیل می‌کرد. برای لسیگ، پیش‌رانه‌ای اجتماعی و غیراجتماعی دقیقاً همان چیزهایی هستند که خط فاصل ما بین اقتصاد اشتراکی

1. Hybrid Economy
2. TimeRepublik

و اقتصاد تجاری را ترسیم می‌کند. برای بنک‌لر ارتباطات اجتماعی در ایجاد یک راه‌سوم، یعنی تولید همتا به همتا؛ تولید بر اساس مشارکت، جایگزین نشانه‌های اقتصادی (قیمت‌ها یا نظارت مدیریتی) می‌شوند. از بسیاری جهات، بنک‌لر و لسیگ هر دو در تفکرات خود در مورد یکپارچگی جنبه‌های اجتماعی با تبادلات و فعالیت‌های اقتصادی، مکرراً به «اقتصادهای هدیه» که قرن‌هاست وجود داشته، اشاره می‌کنند. این رابطه بسیار مهمی است. میان رفتارهای نوظهور در اقتصاد اشتراکی مدرن که امروزه مشاهده می‌کنیم و آنچه در این اقتصادهای هدیه در گذشته مشاهده کرده‌ایم، شباهت‌های زیادی وجود دارد. به عبارت ساده، معتقدم تغییراتی که طی سال‌های آینده در مبادلات نظام سرمایه‌داری شاهدشان خواهیم بود، بازتابی از ادغام مجدد اقتصاد هدیه در سیستمی ناکارآمد و تجاری خواهد بود. شاید اولین فعالیت‌های صورت گرفته در حوزه تبادلات هدیه مقاله مارسل موس با عنوان «یادداشتی در باب اهدا» در سال ۱۹۲۴ بود که در آن وی سه اصلی را که اقتصاد هدیه بدان‌ها متعهد شده را مشخص می‌کند؛ اهدا کردن، پذیرفتن و مبادله به‌مثل کردن. (۳۲) با این حال، درک من از اقتصاد هدیه به‌طور گسترده‌ای بر کتاب سال ۱۹۸۳ لوئیس هاید، یعنی «هدیه: خلاقیت و هنرمند در جهان مدرن» متکی بود. کتاب هاید به‌گونه‌ای نوشته شده تا بتواند تعریفی مفید و مختصر از اقتصاد هدیه ارائه دهد. با این حال وی در این کتاب مقایسه متفاوت (و جالبی) با اقتصاد بازار انجام می‌دهد: «آثار هنری به‌طور هم‌زمان در هر دو اقتصاد، یعنی اقتصاد بازار و اقتصاد هدیه وجود دارند. با این حال، فقط یکی از این دو ضروری است، اثر هنری می‌تواند بدون بازار هم دوام بیاورد، اما در جایی که هدیه وجود ندارد، هنر نیز وجود ندارد.» (۳۳)

اولین پیوند حیاتی بین اقتصادهای هدیه و ایجاد جامعه، در اوایل این کتاب برقرار شده است: «در آغاز، بر خلاف کاری که برای فروش یک کالا صورت می‌پذیرد، عمل هدیه‌دادن، تمایل به برقراری رابطه بین طرف‌های درگیر را ایجاد می‌کند. به علاوه، وقتی این هدایا در داخل یک گروه به گردش درمی‌آیند، در پی آن، تجارت مابین آنها یک رشته روابط به‌هم‌پیوسته بر جای می‌گذارد و یک نوع وابستگی غیرمتمرکز پدیدار می‌شود.» (۳۴)

هاید مجموعه این روابط ایجادشده را با مبادلات کاملاً تجاری مقایسه می‌کند (پاراگراف ذیل، یکی از انبوه نوشته‌هایی است که به شکل‌گیری کتاب ریمیکس لسیگ کمک شایانی کرده است). تفاوت اساسی بین تبادل هدیه و کالا، آن پیوند عاطفی است که در اثر تبادل هدیه

مابین افراد ایجاد می‌شود، در حالی که فروش یک کالا لزوماً به برقراری رابطه منجر نمی‌شود. من به یک فروشگاه ابزار وارد می‌شوم، پول یک تیغ‌اره آهن بر را به فروشنده می‌پردازم و سپس از فروشگاه خارج می‌شوم. شاید هیچ‌وقت دوباره او را نبینم. عدم برقراری ارتباط در واقع یکی از مزیت‌ها در مبادله کالاهاست. نمی‌خواهیم کسی مزاحم ما شود. اگر فروشنده مدام بخواهد در مورد خانواده با من بحث کند، از جای دیگری خرید می‌کنم. من فقط یک تیغ‌اره نیاز دارم. (۳۵) در نتیجه، تصویر آن اقتصاد هدیه‌ای که هاید ارائه می‌دهد، بسیار وابسته به خلق یک جامعه است. در واقع، بخشی از نوشته‌های کتاب شامل ماهیت وجودی هدیه است که اشاره می‌کند ارزش مالکیت یا ارزش مصرفی تا حد زیادی به یکدیگر ارتباط ندارند و هدف واقعی هر تبادل یا انتقال اشیا در واقع افزایش انسجام اجتماعی است.

درک کامل این جنبه از اقتصادهای هدیه بنک‌ر را واداشت تا میان آنها و ایده تولید هم‌تابه‌هم‌تابی خود تمایز قائل شود. او این‌گونه توضیح می‌دهد که «به دلیل اینکه در ادبیات بسیار گسترش یافته هدیه... به شدت روی تولید و بازتولید روابط اجتماعی از طریق مبادله و گردش اشیا تمرکز شده است، در استفاده از اصطلاح تبادلات هدیه مردد هستم. به زودی روشن می‌کنم که روی صحبت‌م با تولید اشیا و اقدامات یا خدماتی است که از طریق مکانیسم‌های غیربازاری اشتراک اجتماعی ارزش‌گذاری مادی می‌شوند.» (۳۶)

دومین جنبه مهم اقتصاد هدیه این است که توقعی برای عمل متقابل دوجانبه در آن وجود ندارد. اقتصاد پایاپای، اقتصاد هدیه محسوب نمی‌شود. با استفاده از نمونه‌های مختلف از جمله مبادلات سنتی در ماسیم در جزایر دریای جنوب (حلقه کولا) و قصه‌های عامیانه اسکاتلندی، هاید توضیح می‌دهد که چگونه «حلقه‌های» هدیه، جریان پایداری از ارزش‌های اجتماعی را میان افراد ایجاد می‌کنند و در عین حال از ماهیت تجاری و انتظاراتی که از مبادلات دوجانبه هدیه ناشی می‌شود، اجتناب می‌کنند. (۳۷)

این جریان اشیا هدیه از فردی به فرد دیگر منجر به چه چیزی خواهد شد؟ هاید می‌گوید که حلقه‌های هدیه موجب «گسترش عمل بخشیدن» می‌شود. به عبارت دیگر، از آنجا که مبادله هدیه در ایجاد جریان «ارزش اجتماعی» کمک می‌کند، بدیهی است که نگه داشتن هدیه فایده‌ای دربر نخواهد داشت. در عوض هدیه‌ای که «به نفر بعدی دست‌به‌دست می‌شود» سودمند خواهد بود. هاید می‌گوید: «اکنون که کارکرد حلقه را درک کردیم، می‌توانیم آنچه را که

در ابتدا پارادوکس مبادلات هدیه به نظر می‌رسید، درک کنیم؛ وقتی هدیه مورد استفاده قرار می‌گیرد، همه آن مصرف نمی‌شود. درست بر خلاف آن، در واقع، هدیه‌ای که مورد استفاده قرار نمی‌گیرد از دست خواهد رفت، در حالی که آن هدیه‌ای که دست به دست می‌شود، فراوان و وافر باقی می‌ماند.» این مشاهده در واقع تضاد میان اقتصاد هدیه و اقتصاد بازار را نشان می‌دهد، همچنان که هاید اشاره می‌کند: «تفاوت در آنچه ما آن را برادر افزایش می‌نامیم، نهفته است؛ در مبادلات هدیه، این افزایش ادامه پیدا کرده و شیء مورد نظر را دنبال می‌کند، در حالی که در مبادله کالا در پشت سر به عنوان سود می‌ماند.» هاید همچنین اشاره می‌کند که خصیصه‌های اقتصادهای هدیه منتهی به فرهنگی می‌شود که بیشتر مطابق با زندگی پایدار و مسئول در برابر محیط زیست است: «انبوه و فراوانی جنگل‌ها در واقع در نتیجه نوع رفتار انسان‌ها با غنا و وفور جنگل‌ها به عنوان یک هدیه است.» (۳۸)

در یک اقتصاد هدیه، ممکن است بدهی وجود داشته باشد، اما هیچ حس روشنی از میزان بدهی وجود ندارد. به علاوه، مشاهدات بنکلر در «اشتراک دوستانه» نشان می‌دهد که: «در بسیاری از فرهنگ‌ها، سخاوت و دست و دلبازی به عنوان وظیفه‌ای که باید ادا شود، در نظر گرفته می‌شود، اما لزوماً نیازی به این نیست که مقدار دقیق ارزش واگذار شده یا ماهیت دقیق بدهی که باید ادا شود یا زمان بازپرداخت آن، تعیین شود. هر اقدامی که توسط هر یک از اعضا در این اتمسفر حسن نیت یا به دلیل عضویت در گروه رخ دهد، فرد می‌تواند خود را به عنوان بخشی از جریان مشخص این وابستگی‌ها یا مزایا در عوض رفتار مشارکتی مداوم ببیند. این جریان ممکن است ارتباط مداوم بین دو نفر، اشتراک گذاری در میان اعضای یک گروه کوچک مانند خانواده یا مجموعه دوستان باشد یا در سطح وسیع‌تری، جریانی از سخاوت در میان بیگانه‌ها باشد که یک جامعه نجیب را می‌سازند.» (۳۹)

به عبارت دیگر، در یک اقتصاد هدیه، گرچه ممکن است کسی بدهکار باشد، ولی این بدهی ارزش خاصی ندارد و حتی در برخی موارد انتظار نمی‌رود که این بدهی به صاحبش بازگردد. همچنین نهایت عمل متقابل در اقتصاد هدیه در برخی مواقع امکان بازپرداخت هدیه از طرف افراد جامعه را اجازه می‌دهد؛ این «هدیه» درست همانند بررسی و رتبه‌دهی کاربران در سایتی مانند آمازون یا یک بازار همتا به همتا همانند ایربی‌ان‌بی است که از طرف آنها اهدا می‌شود.

در نهایت، کشمکش ایجاد شده به خاطر رواج موازی اقتصادهای هدیه و اقتصادهای بازار که

هیچ ندیده‌ای هنوز

انتشارات **راه‌پرداخت**



برای سفارش اینترنتی این کتاب به وبسایت انتشارات راه‌پرداخت مراجعه کنید

way2pay.shop

تغییرات بنیادین در حال وقوع است ...

بسیاری از ما برای اسکان در شهر یا روستایی که برای چند روز از آن دیدن می‌کنیم، از طریق پلتفرم ایربی‌ان‌بی در اطاق اضافه یک نفر دیگر مانده‌ایم و یا کل خانه را اجاره کرده‌ایم. بسیاری از افراد دیگر هم از طریق پلتفرم لاهوم‌شوآپ خانه‌های خود را معاوضه می‌کنند. می‌توانید مسافت‌های کوتاه را با استفاده از اپلیکیشن‌هایی مثل لیفت و اوپرسفر کنید. می‌توانید از طریق پلتفرم‌های غذاخوری اجتماعی، مثل ایت‌ویت در بارسلونا، فیست‌لی در نیویورک یا ویزایت در پاریس که به افراد علاقه‌مند به آشپزی اجازه می‌دهند تا سایرین به خانه آن‌ها سرزده و شام یا نهارشان را با دیگران صرف کنند، سر میز یک نفر دیگر غذا بخورید. می‌توانید از طریق بازارهای کار هندی، تسکریت، و تام‌تگ خدمات خود را به عنوان یک نظافتچی منزل، تأسیسات کار، لوله‌کش، برق کار، یا نقاش عرضه کنید.

امروزه تعداد زیادی از «اشیا» دارای اهمیت اقتصادی و اجتماعی دیجیتالی شده‌اند. برای مثال، پول در واقع اطلاعاتی در مورد ثروت ذخیره شده در کامپیوتر بانک، یک سرور پی‌پال، یا بلاکچین بیت‌کوین است و گاهی اوقات به شکل پول فیزیکی عرضه می‌شود. بیت‌کوین در ترکیب با تکنولوژی‌های به اشتراک گذاری فایل هم‌تا به هم‌تا، تکنیک‌های رمزنگاری و یک نظام تشویقی نوین، نشان داد که چگونه سیستم مبتنی بر بلاکچین می‌تواند بر اساس اعتماد هم‌تایان به یکدیگر و بدون واسطه مؤسسات ثالث، تراکنش‌ها را به انجام برساند. اقتصاد اشتراکی موجب شده است تا ما در سطوح کاملاً حیرت‌انگیزی به یکدیگر اعتماد کنیم.

	<p>کتاب اقتصاد اشتراکی با حمایت کارخانه نوآوری رسانه راه کار منتشر شده و ناشر اصلی آن انتشارات دانشگاه ام‌آی‌تی است</p>	
---	---	---

ISBN: 978-622-7702-31-6



9 786227 702316

۱۶۹ هزار تومان

انتشارات **راه پرداخت**

ناشر فناوری و نوآوری

way2pay.press