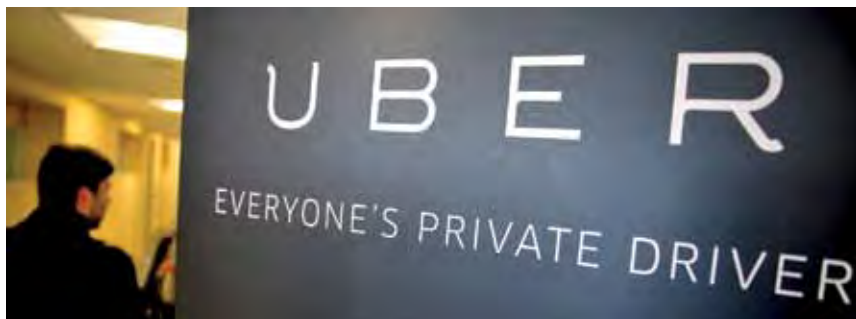


به خودشان همچون انقلابیون سیاسی می‌نگرند؟ او در پاسخ گفت که مطلقاً این طور نیست. به نظر او، کارمندان اُوبر کنش‌گران حقوق مدنی با ذهنیت تکنولوژیک هستند. به عقیده او، بعضی از افراد می‌توانند به زندگی دیگران ارزشی اضافه کنند. اُوبر زمینه‌ای فراهم می‌کند تا این قبیل افراد بتوانند یکدیگر را پیدا کرده و با هم همکاری کنند.

در نهایت، فلسفه وجودی کنش‌گرایی بازار آزاد چیزی جز این نیست. اما علی‌رغم این، نحوه رخداد این پدیده همچنان شگفت‌انگیز است. ده سال پیش، من هرگز در خیالم نمی‌گنجید که یک عده برنامه‌نویس کامپیوتری در دفتر کوچکی در شهر سانفرانسیسکو بتوانند انحصارات قدرتمند و استقرار یافته دولتی در نیویورک، مسکو، پکن و صدها شهر دیگر در سرتاسر جهان را در هم بشکنند. اما این است قدرت کدهای برنامه‌نویسی کامپیوتری، و این است قدرت انتخاب‌های انسانی که به واسطه این کدها امکان‌پذیر و محقق می‌شوند.

\*\*\*\*\*



## Uber Solves the Fundamental Problem of the Marketplace: Turning Strangers into Honorary Kins

Taken from The Freeman magazine published by Foundation for Economic Education

Steven Horwitz, Professor of Economics at St. Lawrence University

Translated by Pouria Alimirzaei, M.Sc. in Software Engineering, Sharif University of Technology

**اُوبر مشکل اساسی بازار را حل می‌کند:  
تبدیل غریبه‌ها به «خویشاوندان افتخاری»!**



استیون هورویتز، استاد اقتصاد در دانشگاه سنت لارنس

..... مترجم: مهندس پوریا علمیرزایی، کارشناس ارشد نرم‌افزار از دانشگاه صنعتی شریف

اُوبر یک نوآوری اقتصادی و نمونه واضحی است که نشان می‌دهد کارآفرینان خلاق برای ارائه کالاها و خدمات بهتر و ارزان‌تر به چه نحوی به کشف روش‌های جدید می‌پردازند. در ضمن، تجربه اُوبر به ما نشان می‌دهد که خلاقیت کارآفرینان به چه ترتیبی به مردم کمک می‌کند تا از لابه‌لای موانع و مقررات دولتی ایجاد شده در مسیر ورود به کسب و کارهای مختلف عبور کنند

و به پیش بروند؛ موانعی که در اصل به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان طراحی شده‌اند، اما در نهایت صرفاً از شرکت‌های جا افتاده و قدیمی حمایت می‌کنند.

سودمندی و برکات این نوآوری‌ها تا کنون بارها مرا واداشته تا با شور و حرارت درباره خدماتی نظیر اوبر مطلب بنویسم. شاید به تعدادی که درباره این نوآوری‌ها مطلب نوشته‌ام در عمل از خدمات آن‌ها استفاده نکرده‌بودم؛ البته تا همین ماه گذشته که بعد از ۳ بار استفاده از خدمات تردد شهری اوبر، حالا نه تنها بیش از پیش نسبت به ارزشی که این به اصطلاح «اقتصاد شراکتی» ارائه می‌دهد، متقاعد شده‌ام، بلکه در شگفت شده‌ام از این که فناوری به چه نحوی به ما در حل یک مشکل اساسی بازار کمک می‌کند.

مشکل مزبور عبارت است از «نیاز به ایجاد اعتماد بین غریبه‌ها».

اقتصاددان و نویسنده بریتانیایی، پروفیسور «پل سی برایت»، در یکی از کتاب‌های فوق‌العاده‌اش به نام «در معیت غریبه‌ها: تاریخ طبیعی زندگی اقتصادی» همین مشکل اساسی را با جزئیات فراوان مورد توجه و کنکاش عمیق قرار داده است. بنا به استدلال پروفیسور سی برایت، برای این که بازارها بتوانند به درستی و به طور کامل فعالیت داشته باشند، ما به نهادهای مختلفی نیاز داریم که بتوانند برای غریبه‌ها امکانی فراهم آورند تا به یکدیگر کم‌تر مشکوک باشند، نهادهایی که بتوانند به ما کمک کنند تا غریبه‌ها را به «دوستان افتخاری»، یا به تعبیر من به «خویشاوند افتخاری» خود تبدیل کنیم.

ما انسان‌ها در قسمت اعظمی از تاریخ بشر در گروه‌های کوچکی از قوم و خویشان خود زندگی کرده‌ایم؛ یعنی در شرایطی که می‌توانستیم با همه مردمی که می‌شناختیم شخصاً تعامل کنیم. بعد از هزاران سال زندگی به این شیوه، مغز ما به گونه‌ای تحول یافته که به خوبی می‌دانیم در چنین شرایطی چگونه باید عمل کنیم. اما دنیای مدرن ایجاب می‌کند که ما با افرادی تعامل کنیم که شخصاً آن‌ها را نمی‌شناسیم و در عین حال رفتارمان با آن‌ها به گونه‌ای است که انگار آن‌ها را می‌شناسیم. مثلاً فرض کنید یک نفر می‌خواهد برای تعمیر یخچال شما به منزلتان بیاید. در این شرایط، به واقع شخصی می‌خواهد به حریم خانه شما وارد شود که او را نمی‌شناسید و هرگز هم او را ندیده‌اید. شما با چه اعتمادی این کار را می‌کنید و چه چیزی به شما اطمینان خاطر می‌دهد که او را به خانه خود راه دهید؟ احتمالاً آن شخص با یک ماشین یا وانت به در منزل شما آمده که آرم یا علامت تجاری یک شرکت معروف روی بدنه آن قرار دارد و خود او هم یونیفرمی پوشیده که هویت آن شرکت را نشان می‌دهد.

ما در ذهن خود نسبت به این موضوع آگاهی داریم که «انگیزه کسب سود» برای تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان کالا و خدمات در بازار، مشوقی به وجود می‌آورد تا شرکت‌ها افراد قابل اعتماد را استخدام کنند (استخدام افراد ناپاب اعتبار شرکت را خدشه‌دار می‌کند و در نتیجه فروش و سود شرکت کم می‌شود). در ضمن، ما با توجه به علامت و نام تجاری یا «برند»، یونیفرم، و دیگر نشانه‌ها اطمینان حاصل می‌کنیم که فرد مورد نظر قابل اعتماد است. اگر کسی سر زده به در منزل شما بیاید و زنگ خانه شما را بزند، بدون این که روی ماشینش آرم شرکت حک شده باشد یا بدون داشتن یونیفرم مشخص، احتمالاً در راه دادن او به داخل منزل خیلی تردید می‌کنید.

حالا وقتی درست به ماهیت تاکسی اُوبر فکر کنید متوجه می‌شوید که موضوع دقیقاً شبیه قضیه همان تعمیرکار است. به طور کلی، چه چیزی شما را راضی می‌کند تا بپذیرید که سوار ماشین یک غریبه شوید؟ در مورد تاکسی‌های رسمی نشانه‌های واضحی وجود دارند که برای ایجاد اعتماد طراحی شده‌اند. از جمله این نشانه‌ها می‌توان به رنگ زرد یا سبز تاکسی (در آمریکا)، نام تجاری یک شرکت، و نام و تصویر راننده روی داشبورد اشاره کرد.

البته در مورد اُوبر قضیه دقیقاً این طور نیست و سیستم اُوبر به این شیوه کار نمی‌کند، زیرا در مورد اُوبر، شما سوار ماشین شخص غریبه‌ای می‌شوید که هیچ رنگ یا علامت مشخصه‌ای ندارد که حاکی از تاکسی بودن آن باشد. در نگاه اول، این موضوع به نظر عیناً شبیه همان فرد غریبه‌ای است که بدون یونیفرم یا هیچ علامت مشخصه‌ای به صورت اتفاقی برای تعمیر یخچال به در منزل شما آمده است. اما اُوبر شیوه‌های مختلفی را برای فائق شدن بر این مشکل به کار گرفته است؛ شیوه‌هایی که هر یک به نحوی هوشمندانه از فناوری استفاده می‌کنند. وقتی شما با استفاده از برنامه نصب شده روی تلفن موبایل خود از اُوبر درخواست ماشین می‌کنید، اطلاعات مربوط به هویت راننده، به همراه یک عکس از راننده و مشخصات ماشین او (شامل رنگ و مدل و شماره پلاک ماشین) فوراً برای شما ارسال می‌شود. یکی دیگر از شیوه‌هایی که اُوبر برای ایجاد اعتماد استفاده می‌کند، سیستم ناوبری ماهواره‌ای «جی‌پی‌اس» است که در آن واحد به شما نشان می‌دهد که ماشین درخواستی شما در آن لحظه دقیقاً در چه محلی است، چه قدر با شما فاصله دارد، و از چه مسیری دارد به آدرس شما نزدیک می‌شود. اطلاع از مشخصات دقیق راننده و ماشین او، و نیز نگاه کردن به حرکت ماشین روی نقشه «جی‌پی‌اس» نصب شده روی برنامه موبایلتان (نقشه و مسیر حرکتی که لحظه به لحظه در سیستم مرکزی اُوبر ضبط و کنترل می‌شود) خودش یکی از همان نشانه‌های مهم ایجاد اعتماد است.

در ضمن، اُوبر شماره تلفن همراه راننده را نیز در اختیار شما قرار می‌دهد، که این موضوع خیلی به کار می‌آید؛ خصوصاً در مواقعی که آدرس شما قدری مبهم و پیدا کردنش برای راننده دشوار باشد. به علاوه، در پایان کار و بعد از رسیدن به مقصد، اگر چیزی را در ماشین جا گذاشته باشید، با داشتن شماره تلفن راننده راحت‌تر می‌توانید سراغ آن را بگیرید. آیا تا به حال سعی کرده‌اید وسیله یا هر چیز دیگری را که در تاکسی‌های معمولی جا گذاشته‌اید پیدا کنید و پس بگیرید؟

اخیراً در یکی از مواردی که از اُوبر استفاده کردم و قرار بود از فرودگاه به منزل بروم، راننده حتی سیستم جوابگوی پیام خودکار داشت که به من دقیقاً اطلاع می‌داد در چه محلی از فرودگاه باید او را پیدا کنم و اطلاعات تکمیلی دیگری هم در مورد ماشینش برای من فرستاد.

یکی دیگر از راه‌هایی که اُوبر برای ایجاد اعتماد استفاده می‌کند، سیستم رتبه دادن است که مانند وب‌سایت‌های خرید (نظیر «ای‌بی» یا «آمازون») عمل می‌کند که خریدار و فروشنده یکدیگر را نمی‌شناسند. مسافران با استفاده از این سیستم به راننده‌ها امتیاز می‌دهند و رتبه راننده در کنار عکس و دیگر اطلاعات هویتی او و ماشینش روی برنامه تلفن همراه مسافر ظاهر می‌شوند. در ضمن، راننده‌ها هم به مسافران امتیاز می‌دهند (و هر وقت که از اُوبر درخواست ماشین می‌کنید راننده‌ها می‌توانند رتبه

یا امتیاز شما را ببینند). بنابراین اگر هنگام استفاده از تاکسی‌های اوبر بد رفتاری کنید و رتبه پایینی داشته باشید، دفعات بعد که تقاضای ماشین بکنید احتمال این که راننده‌ای حاضر شود به شما خدمات بدهد کم‌تر خواهد بود. به هر حال، فروشندگان خدمات نیز می‌خواهند بدانند با چه خریداری طرف هستند و باید مطمئن شوند که مشتری آن‌ها آدم قابل اعتمادی است.

و نهایتاً این که اوبر نیز، درست مانند همان شرکت تعمیرات وسایل منزل، انگیزه کسب سود دارد. اگر رانندگان اوبر قابل اعتماد نباشند، مردم از خدمات آن استفاده نخواهند کرد و شرکت اوبر متحمل ضرر خواهد شد. دقت کنید که شرکت‌های بزرگ تاکسیرانی که از انواع حمایت‌های دولتی بهره‌مند هستند (مثلاً تاکسی‌های رسمی و زرد رنگ در شهر نیویورک) به شدت تاکسی‌های اوبر با تأثیر مشوق‌ها مواجه نیستند. آن‌ها نیازی ندارند که مانند تاکسی‌های اوبر مسافران خود را راضی نگه دارند، زیرا حمایت‌های دولتی خیال آن‌ها را راحت کرده و اجازه ورود رقیبان را به بازار تاکسیرانی نمی‌دهد. شاید به همین دلیل بود که راننده اوبر که در فرودگاه منتظر من بود با یک بطری آب خنک به من خوشامد گفت و ماشین او بسیار راحت و بسیار تمیز بود. چنین رفتار و دقتی را نمی‌شود در تمام سفرهای بین شهری از تمام رانندگان تاکسی‌های رسمی انتظار داشت.

البته اوبر هم شرکت کامل و بی‌عیب و نقصی نیست و برخی اتهاماتی که اخیراً متوجه رانندگان اوبر شده خود مؤید همین امر است، ولی هیچ سیستمی هیچ وقت در حد کمال نیست. از طرفی همه ما می‌دانیم که از رانندگان تاکسی‌های رسمی هم بارها شکایت شده و در مواردی هم به خاطر تعدی به مسافرین دستگیر شده‌اند. در این گونه مقایسه‌ها همیشه باید تمام هزینه‌ها و سودمندی‌های هر جایگزینی با دقت لحاظ و بررسی شوند. انعطاف‌پذیری و هزینه پایین سرویس اوبر، به علاوه شیوه‌های مختلفی که سیستم اوبر با استفاده از آن قادر است خدمات بهتر و برتری به مشتریان بدهد، از اهمیت برخوردارند. در ضمن باید در نظر داشت که همه پرداخت‌های اوبر با کارت اعتباری صورت می‌گیرند؛ و این یکی دیگر از ویژگی‌های برتر اوبر است. لزومی ندارد که مسافرین و راننده‌ها مقادیر زیادی پول نقد همراه داشته باشند. همراه نداشتن پول نقد احتمال سوء قصد و سرقت را کاهش می‌دهد.

زندگی به مراتب راحت‌تر و زیباتر می‌شود وقتی مقررات بیهوده و دست‌وپا گیر کم‌تر باشند و مردم بتوانند از جایگزین‌های ارزان‌تر و بهتری نظیر اوبر استفاده کنند و مجبور نباشند از خدمات گران و بی‌کیفیت کمپانی‌های عظیمی استفاده کنند که پشتشان به «سرمایه‌داری رفیق‌سالار» و حمایت‌های بی‌دریغ دولتی گرم است. نوآوری‌هایی نظیر اوبر، مشکل تبدیل غریبه‌ها به «خویشان افتخاری» را حل می‌کند. خوشبختانه، آمیزه‌ای از فناوری‌های مدرن مانند جی‌پی‌اس، پرداخت الکترونیکی، و تلفن‌های همراه هوشمند که اوبر و دیگر شرکت‌های جدید از آن‌ها استفاده می‌کنند، راه‌های مؤثری برای حل این مشکل فراهم می‌آورند و به ما امکان می‌دهند که با چنان اعتماد و آسودگی خاطری در صندلی عقب ماشین غریبه‌ها بنشینیم که انگار روی صندلی عقب ماشین اقوام خودمان نشسته‌ایم.

