

آنچه مال من است مال شماست

ظهور مصیبت اشتراکی

ریچل باتزمن - رو راجرز

مترجم: سعید ارکانزاده یزدی



سرشناسنامه:

عنوان و پدید آور: آنچه مال من است مال شماست، ریچل باتزمن - رواجرز

مشخصات نشر: امین الضرب ۱۳۹۶

مشخصات ظاهری: ۲۰۸ ص

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۱۱۶-۱-۷

عنوان ملی: آنچه مال من است مال شماست

موضوع: اقتصاد / آینه پژوهش / مدیریت کسب و کار

شماره کتابخانه ملی



اتحادیه بازرگانان، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE



آنچه مال من است مال شماست

نویسندگان: ریچل باتزمن - رواجرز، انتشارات: هارپر کالز، کسب و کار

مترجم: سعید ارکان زاده یزدی

شورای سیاست گذاری: مصطفی درویشی، بهراد مهرجو

ویراستار: حامد زارع

گرافیک و طراحی: آتلیه آینده نگر / رضا دولت زاده

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی و چاپ: صنوبر

صحافی: سپیدار

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۱۱۶-۱-۷

فهرست

پیشگفتار

۷ کسب و کار در دنیای نو | مسعود خوانساری

مقدمه

۱۱ **جهن اشتراکی**

فصل اول

۲۹ **پیش زمینه**

۳۰ دیگر بس است

۴۰ کاملاً مصرف کننده

۵۵ از نسل من تا نسل ما

فصل دوم

۷۹ **برآمدن امواج**

۸۰ ظهور مصرف اشتراکی

۹۸ بهتر از مالکیت

۱۲۱ آنچه در اطراف پراکنده می شود برمی گردد

۱۴۸ ما اینجا همه با هم هستیم

فصل سوم

۱۷۳ **الزامات**

۱۷۴ طراحی اشتراکی

۱۸۳ جامعه برند است

۱۹۵ تکامل مصرف اشتراکی

پیشگفتار

کسب و کار در دنیای نو

مسعود خوانساری

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
مدیر مسئول ماهنامه آینده نگر

دنیای دیجیتال همه ابعاد زندگی جمع و جور کردی ما را تغییر داده و مناسبات فردی و اجتماعی و تقریباً همه روابط اجتماعی و شخصی و مناسبات در سرتاسر جهان با ابزارهای ارتباطی نوین دگرگون شده است. یکی از زمینه‌هایی که خیلی روشن می‌توان این دگرگونی را از آن دید، حوزه اقتصاد و کسب و کار است.

استفاده از اینترنت در کارآفرینی و کسب و کارها تنها به تغییر شیوه و قالب تولید و توزیع کالا و خدمات منحصر نشده است بلکه گاهی ذات و ساختار شیوه تولید را دگرگون کرده است. کتاب پیش رو، به همین موضوع می‌پردازد. کتاب «مصرف اشتراکی» می‌گوید به دلیل حضور فناوری‌های نوین در جوامع، شیوه‌های مصرف کالا و خدمات تغییر کرده و به همین ترتیب، شیوه‌های تولید نیز با جابه‌جایی مواجه شده است.

کتاب همان طور که از عنوانش برمی آید از «مصرف اشتراکی» صحبت می کند؛ منظور از مصرف اشتراکی یعنی مصرف یک کالا یا خدمات که متعلق به یک فرد خاص در یک نقطه از جهان است اما حالا به واسطه فناوری های ارتباطی نوین که اغلب بر پایه اینترنت کار می کنند، فرد دیگری می تواند از همین محصولات استفاده کند.

کتاب از داستان به وجود آمدن یکی از استارت آپ هایی شروع می کند که کمک کرده است مردم اتاق یا خانه خالی خود را به مسافرانی که در برهانشان به دنبال جای خواب می گردند اجاره بدهند. صاحبخانه ها مکان های مرود را با مشخصات کامل و عکس در یک وبسایت می گذارند و مسافران هم بر اساس اجازه یا ویژگی های هر مکان، می توانند جای دلخواه خود را بپایند. این وبسایت که نمونه ای از مصرف اشتراکی است، همان استارت آپ است که به سرعت رشد می کند و حالا ما آن را در قالب شرکت عظیم «یر بی بی» می شناسیم.

نویسندگان کتاب «هر دو از مشاوران اقتصادی و کسب و کار و از زمره کارآفرینان هستند، تلاش کرده اند خیلی روایی و به زبان ساده، مفاهیم مربوط به مصرف اشتراکی را تشریح کنند و برای توضیح هر مفهوم، داستانی از یک کسب و کار یا نمونه موفقیت را جاشنی آن کنند. به همین دلیل است که کتاب خیلی روان و تئوریک جلوه می رود و تجربه های لذت بخش را برای خواننده کنجکاوی که می خواهد با ابعاد نامکشوفی از یک اقتصاد با شکل جدید مواجه شود فراهم می کند.

مصرف اشتراکی حوزه محدودی نیست؛ بسیاری از جنبه های زندگی های ما درگیر اقتصادی اشتراکی شده اند؛ بسیاری از ما وسایل و مکان هایی داریم که بسیاری از اوقات از آنها استفاده نمی کنیم؛ خیلی راحت می توانیم با معرفی این کالاها و خدمات به دیگران، آنها را ترغیب کنیم که به جای خرید یک کالاهای مشابه جدید که بعدها استفاده چندانی نیز از آن نخواهند کرد، از وسیله ای که موجود است ولی در اختیار یک آشنای اینترنتی قرار دارد بهره بگیریم. این کالاها و وسایل می تواند شامل کتاب، آچار، تختخواب، باغچه برای سبزی کاری یا حتی خودرویی

باشد که با آن سر کار می‌روید. همین حالا نیز وبسایت‌های مختلفی وجود دارند که خوددروهای تک‌سرنشینی را معرفی می‌کنند که افراد با آنها مسیر بین خانه و محل کار را طی می‌کنند و کسانی که می‌خواهند همان مسیر را طی کنند، در این مسیر شریک می‌شوند.

نویسندگان کتاب می‌گویند که این اشتراک‌گذاری کالا و خدمات، از زاویه محیط‌زیستی نیز بسیار باارزش است؛ آنها در ابتدای کتاب از فرهنگ مصرف رایج بین مردم می‌گویند و این که جوامع امروزی مدام در فکر مصرف بیشتر و بیشتر هستند. سپس اشاره می‌کنند به کوهی از لوازم بلااستفاده - لوازمی که حتی یک بار هم مورد استفاده قرار نگرفته‌اند - در انبار خانه. حباب را این می‌گویند که محوطه‌های بزرگی ایجاد شده در حومه شهرها در قالب انبارهای شخصی افراد. همین مسابقه برای مصرف بیشتر کالایی که بسیاری از آنها نیز پلاستیکی هستند، برای محیط‌زیست بسیار مضر و آسیب‌زننده است، به‌طور مشخص، در یکی از فصل‌های کتاب به کوه عظیمی در وسط اقیانوس آرام اشاره شده که تشکیل شده از زباله‌هایی که حامل مصرف مردم شهرهاست.

به همین دلیل است که کتاب عنوان یک راه‌حل برای کاهش مصرف‌گرایی و هدررفت منابع، نوعی مصرف به نام مصرف اشتراکی را معرفی کرده است؛ با این شعار که «آن چه مال من است، مال شماست.» به این معنی که فراتر از مالکیت سنتی، افراد می‌توانند از دارایی‌های یکدیگر برای رفع نیازهایشان استفاده کنند. در ایران، مفهوم مالکیت یا سرمایه‌گذاری یا مصرف به آن سنتی تغییر می‌کند و به تدریج نوعی از اقتصاد به وجود می‌آید که شاید در نگاه اول با آن چه در دوران صنعتی وجود داشته تفاوت‌هایی داشته باشد. اما در هر حال، باید پذیرفت که آینده اقتصاد یا دست‌کم بخش قابل‌توجهی از اقتصاد، متعلق به همین مصرف اشتراکی است.