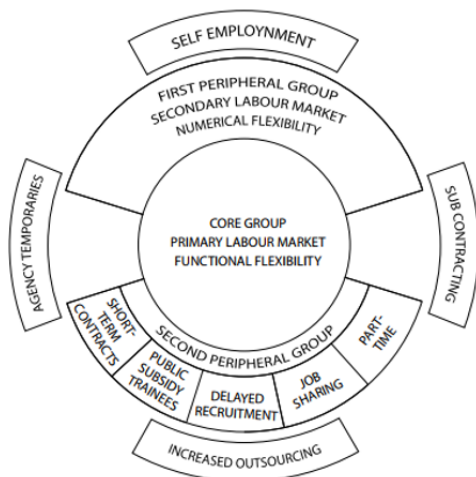


## Η ευέλικτη απασχόληση



Atkinson, 1984

Η ευέλικτη απασχόληση εμφανίστηκε στις ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις την δεκαετία του 80. Σύμφωνα με τους υποστηρικτές της θα επέτρεπε στους εργοδότες και τους εργαζόμενους να διαπραγματεύονται αμοιβαία επωφελείς συμβάσεις εργασίας που θα αντανάκλασαν την πραγματικότητα της αγοράς, θα επέτρεπε τις διαπραγματεύσεις μεταξύ εργαζόμενων και management στο επίπεδο της επιχείρησης, θα επιβράβευε την παραγωγικότητα, θα ενθάρρυνε την κατάρτιση, θα προωθούσε την πιο υπεύθυνη συνδικαλιστική δραστηριότητα και μεσοπρόθεσμα θα οδηγούσε σε υψηλότερο

βιοτικό επίπεδο (Kelsey, 1995). Για τους εργοδότες η ευελιξία είναι το εργαλείο που τους επιτρέπει να προσαρμόζουν την απασχόληση στην μεταβαλλόμενη ζήτηση μετακυλίνοντας το κόστος της στους εργαζόμενους.

Διάφοροι ακαδημαϊκοί της Οργανωσιακής Συμπεριφοράς (Organisational Behaviour) είχαν επίσης υποστηρίξει την ευελιξία στην απασχόληση. Σύμφωνα με τους Carrelli και Rogovsky (1994), η σταθερή απασχόληση βασίζεται στο αυταρχικό επιστημονικό management και δεν ανταποκρίνεται στις ψυχολογικές ανάγκες των εργαζόμενων. Η ευέλικτη απασχόληση θα έδινε ευκαιρίες για την διεύρυνση των δεξιοτήτων των εργατών και την αύξηση της συμμετοχής τους στη λήψη αποφάσεων, πράγμα που όχι μόνο θα αύξανε την ικανοποίηση των εργαζομένων, αλλά επίσης θα αύξανε την παραγωγικότητα του οργανισμού μέσω της μείωσης των απουσιών.

Το μοντέλο της ευέλικτης επιχείρησης περιλαμβάνει τρεις τύπους ευελιξίας: την λειτουργική, την αριθμητική και την οικονομική (Atkinson, 1984):

- Η λειτουργική ευελιξία αφορά την απασχόληση των εργαζόμενων σε διάφορα καθήκοντα και δραστηριότητες έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στο μεταβαλλόμενο φόρτο εργασίας, τις μεθόδους παραγωγής ή την τεχνολογία. Συχνά συσχετίζεται με την πολυειδίκευση.
- Η αριθμητική ευελιξία αφορά την μεταβολή του πλήθους των απασχολούμενων ανάλογα με τις μεταβολές της ζήτησης. Αυτό γίνεται με τη χρήση συμβολαίων περιορισμένης απασχόλησης, την εκχώρηση έργου (outsourcing) και την ενοικίαση εργαζομένων.
- Η οικονομική ευελιξία αφορά την ευκαιρία που δίνεται στην επιχείρηση να προσαρμόζει το κόστος της απασχόλησης αξιοποιώντας την λειτουργική και αριθμητική ευελιξία. Πρακτικά αυτό σημαίνει την απομάκρυνση από τις σταθερές δομές πληρωμής, που εξασφαλίζουν οι εθνικές και συλλογικές διαπραγματεύσεις, και την μετακίνηση σε πιο προσωποποιημένα συστήματα αμοιβής συμπεριλαμβανόμενης και της αμοιβής με βάση την επίδοση.

Η ευέλικτη απασχόληση δεν αντιπροσωπεύει μια θεμελιώδη αλλαγή στον τρόπο εργασίας αλλά επιφέρει περισσότερη εντατικοποίηση και έλεγχο χρησιμοποιώντας νέες τεχνικές management (Hyman, 1991; Pollert, 1991; Smith, 1991). Ο Smith (1991) υποστηρίζει ότι η ευελιξία είναι μια μορφή νεο-φορντισμού, δηλαδή μια καπιταλιστική λύση στο κεντρικό ερώτημα του επιστημονικού management που λέει πως θα αξιοποιηθούν πιο εξαντλητικά οι γνώσεις και οι ικανότητες των εργαζομένων. Όπως υποστηρίζει η Whittaker (1991) με την εισαγωγή της ευελιξίας, ο έλεγχος του management συσκοτίζεται από έννοιες όπως οι «δυνάμεις της αγοράς». Οι επακόλουθες απώλειες θέσεων εργασίας και η επιδείνωση των συνθηκών εργασίας οφείλεται στους «αντικειμενικούς» νόμους της αγοράς, και όχι στις πολιτικές του «macho-management».

Atkinson, J. (1984), "Manpower strategies for flexible organisations", Personnel Management, August.

Cappelli, P. and Rogovsky, N. (1994), "New work systems and skill requirements", International Labour Review, Vol. 133 No. 2, pp. 204-20.

Dyer Suzette (1998) Flexibility models: a critical analysis International Journal of Manpower Volume 19 Issue 4, 223-233

Hyman, R. (1991), "Plus ça change? The theory of production and the production of theory", in Pollert, A. (Ed.), Farewell to Flexibility?, Basil Blackwell, Oxford.

Kelsey, J. (1995), The New Zealand Experiment: A World Model for Restructure, Auckland University Press, Auckland.

Pollert, A. (1991), "The orthodoxy of flexibility", in Pollert, A. (Ed.), Farewell to Flexibility?, Basil Blackwell, Oxford.

Smith, C. (1991), "From 1960s automation in flexible specialization: a déjà vu of technological panaceas", in Pollert, A. (Ed.), Farewell to Flexibility?, Basil Blackwell, Oxford.

Whittaker, M. (1991), "Towards flexibility: technical change and buyer-supplier relations in the British clothing industry", in Blyton, P. and Morris, J. (Eds), A Flexible Future? Prospects for Employment and Organisation, de Gruyter, Berlin.

## **Η Πρόταση 22. Η μάχη της Καλιφόρνια**

Οι τελευταίες εκλογές των ΗΠΑ έφτασαν στη χώρα μας σαν ένα ανιαρό ντέρμπυ μεταξύ δύο χρεοκοπημένων παικτών. Του γηραιού Biden και του άτακτου κοσμοπολίτη Trump. Ελάχιστοι γνώριζαν ότι μαζί με τις εκλογές έγιναν και διάφορα δημοψηφίσματα που είχαν πολύ μεγαλύτερη επίδραση στην καθημερινή ζωή των πολιτών. Ασχοληθήκαμε με τα υψηλά ποσοστά των Δημοκρατικών στην Πολιτεία της Καλιφόρνιας, αλλά δεν γνωρίζαμε άλλα επίμαχα και σημαντικά ζητήματα για τα οποία αποφάνθηκε το εκλογικό σώμα. Αυτά αφορούσαν: την αποκατάσταση του δικαιώματος ψήφου για τα άτομα εκείνα τα οποία τελούν σε καθεστώς δικαστικής αναστολής (Πρόταση 17, [υπερψηφίστηκε](#)), την αύξηση της φορολόγησης σε ιδιοκτησίες που χρησιμοποιούνται για εμπορική χρήση προκειμένου να χρηματοδοτηθεί η εκπαίδευση (Πρόταση 15, [καταψηφίστηκε](#)). Δύο από τις πιο ενδιαφέρουσες προτάσεις ήταν η Πρόταση 21 που επέτρεπε την θέσπιση πολιτικών ελέγχου των ενοικίων ([καταψηφίστηκε](#)) και η Πρόταση 22 η οποία θα κατέτασσε τους εργαζόμενους σε υπηρεσίες οδηγού μέσω εφαρμογών (UBER κλπ) και τους οδηγούς delivery σαν ανεξάρτητους επαγγελματίες ([καταψηφίστηκε](#)). Όπως αναφέρει ο συντηρητικός δημοσιογράφος [Will Swaim](#), οι Καλιφορνέζοι ψήφισαν υπέρ της ελεύθερης αγοράς.

Το Σεπτέμβριο του 2019 ο κυβερνήτης της Καλιφόρνια Gavin Newsom υπέγραψε την νομοθετική ρύθμιση (AB 5), η οποία υποχρέωνε τις επιχειρήσεις που απασχολούσαν οδηγούς να τους αναγνωρίζουν πλήρη δικαιώματα εργαζόμενου και να μην τους θεωρούν ανεξάρτητους επαγγελματίες. Οι μεγάλες επιχειρήσεις πλατφόρμας Uber, Lyft, Doordash ξόδεψαν 111 εκατομμύρια δολάρια στην καμπάνια που έκαναν για την υπερψήφιση της Πρότασης 22 η οποία εάν πέρναγε θα ανέτρεπε την διάταξη AB 5. Πρόκειται για την πιο ακριβοπληρωμένη καμπάνια για την ψήφιση μιας Πρότασης στην ιστορία της Καλιφόρνιας! Σε άρθρο της η [Meredith Whittaker](#) ανεβάζει το ποσό στα 205 εκ. δολάρια. Φυσικά οι εταιρείες είχαν πολλά να κερδίσουν στην περίπτωση που η Πρόταση 22 υπερψηφιζόταν. Ισχυρίστηκαν πως αν η πολιτεία τους υποχρέωνε να αντιμετωπίζουν τους οδηγούς και τους διανομείς σαν υπαλλήλους με πλήρη δικαιώματα, θα οδηγούνταν σε πτώχευση. Πολέμησαν με κάθε δικαστικό μέσο ενάντια στο νομοθέτημα του Newsom απειλώντας πως εάν τελικά εφαρμοστεί θα σταματήσουν τις δραστηριότητές τους στην Πολιτεία της Καλιφόρνια.

Η μεγάλη επιμονή των κολοσσών της οικονομίας της πλατφόρμας, έκανε ορισμένους ψηφοφόρους να καταλάβουν ότι η Πρόταση 22 εξυπηρετούσε κάποια σημαντικά συμφέροντά τους και μόνο. Όμως οι περισσότεροι ψηφοφόροι βομβαρδίστηκαν από την καμπάνια που έκαναν οι μεγάλες επιχειρήσεις στην τηλεόραση, στο Youtube, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και από τα μηνύματα που αναδύονταν όποτε χρησιμοποιούσαν την εφαρμογή της Uber. Η πλειοψηφία των ψηφοφόρων δεν μπόρεσε να σκεφτεί το ιδιαίτερο πολιτικό περιεχόμενο της Πρότασης 22. Προς μεγάλη χαρά των κολοσσών Uber, και Lyft οι ψηφοφόροι ψήφισαν με πολιτική αφέλεια και τελικά η Πρόταση πέρασε. Οι εργαζόμενοι στην οικονομία της πλατφόρμας έπαψαν να απολαμβάνουν το δικαίωμα του ελάχιστου μισθού, τα επιδόματα που δικαιούνταν αλλά και το δικαίωμα να διαπραγματεύονται συλλογικά το επίπεδο της αμοιβής τους (συλλογικές διαπραγματεύσεις).

Πρέπει να σημειωθεί όμως ότι το νομοθέτημα AB 5 είχε από την αρχή αρκετά προβλήματα αφού άφηνε το περιθώριο, κάποιοι εργαζόμενοι να θεωρηθεί ότι δεν πληρούν τις προϋποθέσεις έτσι ώστε να απολαμβάνουν τα οφέλη του νομοθετήματος. Όσοι τελικά αναγνωρίζονταν να έχουν τα τυπικά δικαιώματα εργαζόμενου θα απολάμβαναν το δικαίωμα αποζημίωσης σε περίπτωση απόλυσης, το δικαίωμα αναρρωτικής άδειας, οικογενειακής άδειας, ασφάλισης υγείας και άλλων παροχών απασχόλησης σύμφωνα με το εργατικό δίκαιο της Καλιφόρνιας. Ανάμεσα στις εξαιρούμενες ομάδες ήταν οι συγγραφείς, εκδότες, μεταφραστές, καλλιτέχνες, μουσικοί, φωτογράφοι και βιντεογράφοι. Είναι ενδιαφέρον όμως ότι οι οδηγοί στην οικονομία της πλατφόρμας δεν εξαιρέθηκαν. Η Uber και η Lyft ανέλαβαν αμέσως δικαστικές πρωτοβουλίες, διατύπωσαν απειλές και ετοιμάστηκαν για τη σύγκρουση.

Η οικονομία της πλατφόρμας αναπτύχθηκε ραγδαία την τελευταία δεκαετία στην Αμερική και είναι σχεδόν πανταχού παρούσα. Η Uber είναι ένα από τα μεγαθήρια του κλάδου και διαθέτει 90 εκατομμύρια ενεργούς πελάτες και περίπου τέσσερα εκατομμύρια οδηγούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Το όραμα της λέει «[We reimagine the way the world moves for the better](#)» (Φανταζόμαστε ξανά τον τρόπο που ο κόσμος κινείται προς το καλύτερο). Η αποστολή της περιγράφεται ως εξής: «Είμαστε μια εταιρεία τεχνολογίας που συνδέει τον φυσικό και τον ψηφιακό κόσμο για να κάνει την κίνηση να συμβεί με το πάτημα ενός κουμπιού για όλους, παντού. Γιατί πιστεύουμε σε έναν κόσμο όπου η κίνηση θα πρέπει να είναι εξίσου προσβάσιμη για όλους. Έτσι που να μπορείτε να μετακινηθείτε με ασφάλεια. Με τρόπο βιώσιμο για τον πλανήτη μας. Και ανεξάρτητα από φύλο, φυλή, θρησκεία ή σεξουαλικό προσανατολισμό, υπερασπιζόμαστε το δικαίωμά σας να κυκλοφορείτε ελεύθερα και χωρίς φόβο. Φυσικά, δεν τα κάνουμε όλα σωστά. Αλλά δεν φοβόμαστε την αποτυχία γιατί

μας κάνει καλύτερους, σοφότερους και πιο δυνατούς. Και μας κάνει ακόμη πιο δεσμευμένους να κάνουμε το σωστό από τους πελάτες μας, τους ανθρώπους που κερδίζουν στην πλατφόρμα μας, τις τοπικές κοινότητες και τις πόλεις μας και το απίστευτα ποικίλο σύνολο των διεθνών συνεργατών μας.

Η ιδέα για την Uber γεννήθηκε μια χιονισμένη νύχτα στο Παρίσι το 2008, και έκτοτε, το DNA μας να ξαναφαναζόμαστε και να επανεφευρίσκουμε συνεχίζεται. Έχουμε εξελιχθεί σε μια παγκόσμια πλατφόρμα που κινεί ανθρώπους και πράγματα με διαρκώς διευρυνόμενους τρόπους. Πέρασαμε από οδηγούς με τέσσερις τροχούς σε οδηγούς με δύο τροχούς και σε παραδόσεις εμπορευμάτων με 18 τροχούς. Από γεύματα σε πακέτο και τα καθημερινά απαραίτητα μέχρι συνταγογραφούμενα φάρμακα και σχεδόν οτιδήποτε χρειάζεστε ανά πάσα στιγμή. Από οδηγούς με ελεγμένο ιστορικού στην επιβεβαίωση της θέσης σε πραγματικό χρόνο με την τεχνολογία εντός του οχήματος, σας κάνουμε πιο ασφαλείς κάθε μέρα. Στην Uber, η επιδίωξη να φαναζόμαστε εκ νέου δεν τελειώνει ποτέ, δεν σταματά ποτέ και πάντα μόνο αρχίζει.»

Πέρα από τις τρυφερές περιγραφές για χιονισμένα βράδια στο Παρίσι που βρίσκει κανείς στην ιστοσελίδα της Uber, η εταιρία οραματίστηκε ένα μέλλον, στο οποίο θα κυριαρχούσε στο χώρο της παράδοσης επεκτείνοντας τις δραστηριότητές της σε όλους τους τομείς των μεταφορών. Είχε στόχο να επενδύσει πάνω από ένα δισεκατομμύριο δολάρια στην τεχνολογία αυτοκινήτων χωρίς οδηγό. Η απαλλαγή από τους οδηγούς δηλαδή το κύριο εργατικό δυναμικό της ήταν το κλειδί για να μονοπωλήσει τις μεταφορές. Τελικά η τεχνολογία των αυτοκινήτων χωρίς οδηγό δεν προχώρησε όπως προβλεπόταν και τα όνειρα αναπροσαρμόστηκαν. Ωστόσο διατηρήθηκε η βασική ιδέα του οράματος η απαλλαγή από την δέσμευση απέναντι στους εργαζόμενους. Η ψήφιση της Πρότασης 22 αύξησε κατακόρυφα την αξία της Uber η οποία εκτιμάται στα 30 δισεκατομμύρια δολάρια.

Η ευέλικτη απασχόληση είναι ένα δίκωπο μαχαίρι. Από τη μία πλευρά όπως ισχυρίζονται διάφοροι ειδικοί της οργανωσιακής ψυχολογίας δίνει στους εργαζόμενους την ευκαιρία να επιλέγουν τις ώρες και μερικές φορές τον τόπο εργασίας. Από την άλλη πλευρά δίνει στις επιχειρήσεις την ευκαιρία να απαλλαχθούν από τη δέσμευση απέναντι στους εργαζόμενους και να ελαστικοποιήσουν το κόστος της εργασίας. Όταν η αυτονομία του εργαζόμενου αυξάνεται οι μισθοί πέφτουν. Οι επιχειρήσεις της πλατφόρμας αξιοποιούν στο μέγιστο την επισφαλής εργασία που ρητορικά ονομάζεται ευελιξία. Παρά το γεγονός ότι το μέγεθος των δραστηριοτήτων δικαιολογεί την πλήρη απασχόληση οι επιχειρήσεις επιβάλλουν την απασχόληση μέσω συμβολαίου. Το γιατί είναι προφανές: τα χρήματα που πληρώνει η εταιρεία ανά εργαζόμενο μειώνονται περίπου στο μισό.

Από την πλευρά του εργαζόμενου, η ευέλικτη απασχόληση συνδέεται με την κυκλική φτώχεια καθώς και με την κακή ψυχική και σωματική υγεία. Αυτό γίνεται απόλυτα κατανοητό γιατί οι εργαζόμενοι έχουν δουλειά και ασφάλιση για ένα περιορισμένο διάστημα και το επόμενο διάστημα δεν εργάζονται. Αυτή η ακαταστασία των κύκλων ευημερίας και φτώχειας, το απρογραμμάτιστο εισόδημα τσακίζει την υγεία και ακυρώνει τα όνειρα των νεότερων εργαζομένων. Μία έρευνα που έγινε από το London Metropolitan University για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφέρεται σε διάφορε μορφές «ψευδούς αυτοαπασχόλησης».

Σύμφωνα με την έκθεση “Health Inequalities in Europe: Setting the Stage for Progressive Policy Action”, (2019) υπάρχουν έντονες διαβαθμίσεις στα θέματα της νοσηρότητας, του αριθμού των θανάτων, και του προσδόκιμου ζωής ανάλογα με την κοινωνική θέση. Όσο

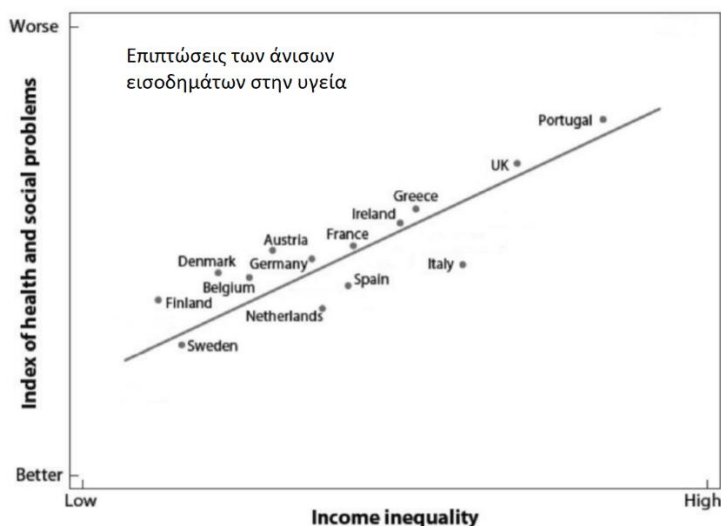
καλύτερη είναι η κοινωνική θέση (όπως αυτή καθορίζεται από το εισόδημα, το επάγγελμα και το μορφωτικό επίπεδο) τόσο καλύτερες είναι και οι συνθήκες υγείας.



Timon Forster, Alexander Kentikelenis and Clare Bambra, “Health Inequalities in Europe: Setting the Stage for Progressive Policy Action”, 2019 <https://www.feps-europe.eu/attachments/publications/1845-6%20health%20inequalities%20inner-hr.pdf>

Μεγάλη έμφαση δίνεται στην αγορά εργασίας. Η προσωρινή και αβέβαιη απασχόληση που βρίσκεται σε έξαρση στην Ευρωπαϊκή Ένωση συσχετίζεται με αρνητικές συνέπειες στα θέματα υγείας. Τέτοιες μορφές απασχόλησης συναντάει κανείς σε ανθρώπους με χαμηλότερο κοινωνικό και οικονομικό στάτους. Τα ευρήματα δείχνουν ότι απουσία μέτρων προστασίας και η απορρύθμιση της αγοράς εργασίας μεγαλώνουν τις ανισότητες στα ζητήματα υγείας.

Άλλος σημαντικός παράγοντας που αυξάνει τα προβλήματα υγείας είναι τα χαμηλά εισοδήματα, όπως φαίνεται στο διάγραμμα που ακολουθεί.



### Η ψευδής αυτοαπασχόληση

Όταν εισάγεται σε μία πόλη η ψευδής αυτοαπασχόληση της πλατφόρμας υπάρχει σημαντική ζήτηση θέσεων και μικρός ανταγωνισμός μεταξύ των υποψηφίων υπαλλήλων. Όμως τα εμπόδια για να μπει κανείς στη συγκεκριμένη αγορά εργασίας (οδηγοί) είναι πάρα πολύ μικρά και έτσι σύντομα η προσφορά εργασίας γίνεται τεράστια. Τελικά οι περισσότεροι οδηγοί περιμένουν πολλές ώρες για να πάρουν κάποια κούρσα. Στην προσπάθειά τους να συμπληρώσουν έστω και ένα μικρό εισόδημα οι οδηγοί αναγκάζονται να εργάζονται περισσότερες ώρες και νυχτερινές βάρδιες. Η ευθύνη της απόκτησης ενός κατώτατου μισθού δεν ανήκει πλέον στους εργοδότες αλλά στους ίδιους τους εργαζόμενους. Αυτή είναι όλη η ουσία της επισφαλούς εργασίας. Η αμοιβή δεν γίνεται με ένα καθορισμένο ωρομίσθιο αλλά με βάση τον αριθμό των πελατών που εξυπηρετούνται.

Πρόκειται για μία άλλη μορφή της αμοιβής με το κομμάτι που τόσο εμφατικά είχε προτείνει ο Taylor στις αρχές του εικοστού αιώνα. Όμως ούτε ο Taylor είχε πρωτοτυπήσει. Η πληρωμή με το κομμάτι πάει πίσω στα χρόνια του Karl Marx όταν περιγράφοντας αυτό τον τύπο

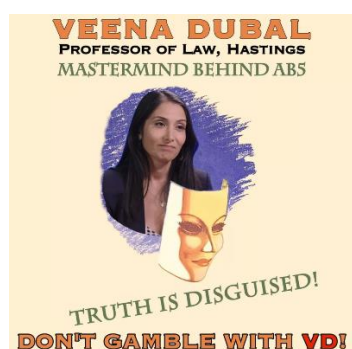
απασχόλησης επισήμαινε ότι είναι η πιο συμφέρουσα μορφή αμοιβής για τους εργοδότες. Η αμοιβή με το κομμάτι δίνει με έναν φυσικό τρόπο κίνητρα στους εργαζόμενους να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και περισσότερη προσπάθεια στην εργασία τους, χωρίς όμως αυτό να μεταφράζεται αναγκαία σε έναν καλύτερο μισθό. Όπως επεσήμανε ο Μαρξ η απασχόληση με το κομμάτι έχει μία τάση να αυξάνει το μισθό πάνω από το μέσο όρο και ταυτόχρονα μειώνει τον μέσο μισθό. Σαν μέθοδος απασχόλησης είχε εφαρμοστεί από τις αρχές του 19ου αιώνα στην αγγλική υφαντουργία.

### Εξαπάτηση και πειθώ

Η [Darra Kerr](#) στο άρθρο της *A totally different ballgame: Inside Uber and Lyft's fight over gig worker status* περιγράφει τις τακτικές που ακολούθησαν οι επιχειρήσεις της πλατφόρμας για να πείσουν το εκλογικό σώμα της Καλιφόρνιας να ψηφίσουν υπέρ της Πρότασης 22.

Μετά την ψήφιση του AB 5, οι εταιρίες Uber, Lyft, Doordash, Instacart και Postmates ξέχασαν τις διαφορές τους και ενώθηκαν σε ένα σχέδιο επίθεσης. Απευθύνθηκαν σε μια επίλεκτη ομάδα από εταιρίες δημοσίων σχέσεων. Κάποιες είχαν εξειδίκευση στην αντιπολιτευτική έρευνα για πολιτικές εκστρατείες και άλλες στην προώθηση απόψεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η εταιρία επικοινωνίας [Bicker, Castillo & Fairbanks](#), εξηγεί στην ιστοσελίδα της πως απευθύνεται στο συμφέρον των ομάδων, που είναι απαραίτητο να αλλάξουν στάση, δημιουργώντας «λαϊκούς στρατούς» και «δίνοντας στους συμμάχους τα εργαλεία που θα τους διευκολύνουν να αναλάβουν δράση και να επηρεάσουν τα αποτελέσματα.»

Οι αναφορές στην «ελευθερία» είχαν κεντρική θέση στην καμπάνια υπέρ της Πρότασης 22, σημειώνεται σε άρθρο του περιοδικού [Monthly Review](#). Πρόκειται όμως για ένα ρητορικό σχήμα γιατί συνήθως επικεντρώνεται στην ελευθερία σαν άρνηση του περιορισμού, που εννοείται σαν άρνηση απέναντι σε νομικούς περιορισμούς. Η ρητορική ελευθερία δεν περιλαμβάνει την θετική πλευρά δηλαδή την ελευθερία σαν δικαίωμα στην εργασία, την προστασία των δικαιωμάτων κλπ. Στην διαμάχη γύρω από την Πρόταση 22 οι επιχειρήσεις επέμεναν με πάθος με μία εγωπαθή αντίληψη κακομαθημένου παιδιού που αντιτίθεται με μανία σε ότι δεν του αρέσει. Στην περίπτωση της Πρότασης 22, αυτό που δεν τους άρεσε ήταν οι νομικές δεσμεύσεις σχετικά με τον μισθό, την υγειονομική περίθαλψη και τα εργατικά δικαιώματα.



Από την προπαγάνδα κατά της καθηγήτριας Veena Dubal

Στις 29 Μαρτίου 2020, η Veena Dubal καθηγήτρια εργατικού δικαίου στο κολέγιο Νομικής του Πανεπιστημίου της Καλιφόρνια και επικριτής των Uber και Lyft, έλαβε ένα μήνυμα από έναν φίλο που της ζητούσε να κοιτάξει το Twitter. Είχε ήδη λάβει ένα μεγάλο αριθμό από επικριτικά tweets τις τελευταίες εβδομάδες, αλλά τίποτα δεν την προετοίμασε για αυτό που είδε: τη διεύθυνση του σπιτιού της, τον μισθό της και το όνομα του συζύγου και ένα σχόλιο σχετικά με τον μισθό της που έλεγε: «Η αγαπητή μας Veena μαζεύει πολλές αχιβάδες».

Εκείνο το βράδυ κοιμήθηκε στο πάτωμα κοντά στα δύο παιδιά της. Κάθε που έκλεινε τα μάτια της ερχόντουσαν στο μυαλό της τα μηνύματα και τα tweets που είχε διαβάσει: "Vile Veena" (η αχρεία Veena), "Η Veena Dubal είναι τρελή! Ας της δώσουμε το μυαλό μας!" "Είναι ένα πολύ ενοχλητικό παράσιτο. Βγάλτε λίγο σπρέι #veenadubal."

Η Dubal βρέθηκε ξαφνικά στον [παράξενο κόσμο](#) του Twitter και του Facebook όπου οι ιθαγενείς του πίστευαν ότι βρισκόταν πίσω από το νόμο που αφορούσε την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζόμενων στην gig economy. Στην πραγματικότητα ο νόμος είχε συνταχτεί από την Lorena Gonzales μία Δημοκρατική βουλευτή από το San Diego την οποία η Dubal είχε συναντήσει μερικές φορές σε ομάδες εργασίας.

Οι Uber, Lyft, DoorDash, και οι εταιρίες διανομής τροφίμων [Instacart](#) και [Postmates](#) απευθύνθηκαν σε εταιρίες δημοσίων σχέσεων (PR). Τα αρχεία που έλαβε το [CNET](#) δείχνουν ότι οι πέντε εταιρείες είχαν απευθυνθεί σε τουλάχιστον 19 εταιρείες. Τουλάχιστον πέντε από αυτές έχουν εργαστεί σε εκστρατείες για μεγάλες εταιρείες καπνού, πετρελαίου και χημικών, συμπεριλαμβανομένων των Philip Morris, Chevron και Monsanto. Ο William Fitzgerald που σήμερα διευθύνει την εταιρία στρατηγικής [The Worker Agency](#) είχε δουλέψει παλιότερα στην ομάδα επικοινωνίας της Google και γνωρίζει τα ζητήματα επικοινωνίας από πρώτο χέρι σχολιάζει: «Είναι ξεκάθαρα μια συντονισμένη εκστρατεία. Αυτό που κάνει τώρα η Uber είναι πολύ μακριά από οτιδήποτε έχω δει. Είναι ένα τελείως διαφορετικό παιχνίδι.»

Ένας δικαστής στην Καλιφόρνια έθεσε προθεσμία στις Uber και Lyft να συμμορφωθούν με το νόμο AB 5. Οι δύο εταιρείες δήλωσαν ότι θα διακόψουν τις δραστηριότητές τους στην πολιτεία μέχρι την ψηφοφορία της Πρότασης 22. Λίγες ώρες πριν από τη λήξη της προθεσμίας, ένα εφετείο αποφάσισε ότι η Uber και η Lyft θα μπορούσαν να συνεχίσουν να λειτουργούν κανονικά έως τουλάχιστον τα μέσα Οκτωβρίου.



Όπως δήλωσε σε mail ένας εκπρόσωπος των εταιριών δημοσίων σχέσεων «Η εκστρατεία Yes on Prop 22 κάνει αυτό που κάνει κάθε εκστρατεία: εστιάζουμε στην εκπαίδευση των ψηφοφόρων σχετικά με το γιατί πρέπει να ψηφίσουν Ναι στο Prop 22",.

Σύμφωνα με στοιχεία της Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς των ΗΠΑ, η νίκη της καμπάνιας Proposition 22 είχε τεράστια σημασία για τις Uber και Lyft. Σύμφωνα με μία ανάλυση της [Barclays](#), εάν οι δύο εταιρείες υποχρεώνονταν να εντάξουν τους οδηγούς στην κατηγορία των υπαλλήλων που εκτελούν εξαρτημένη εργασία, θα έχαναν εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια σε ετήσια βάση. Εάν όμως ψηφιζόταν η Πρόταση 22 οι οδηγοί θα έχαναν το ίδιο ποσό.



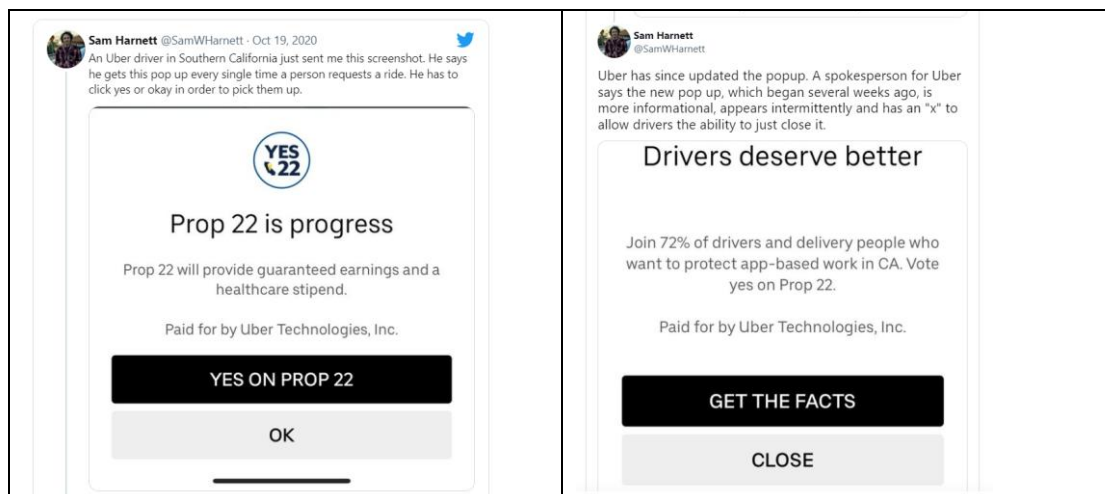
Σύμφωνα με άρθρο της ιστοσελίδας του ραδιοφωνικού σταθμού [KQED](#), Οι εταιρείες Uber και Lyft έστειλαν ασταμάτητα αναδυόμενα μηνύματα υπέρ της Πρότασης 22. Κάποια από αυτά απευθύνονταν στους οδηγούς της. Ένα άρθρο που δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα του ραδιοφωνικού σταθμού KQED περιγράφει την περίπτωση ενός εργαζομένου στην Uber του [Hector Castellanos](#). Σύμφωνα με τις μαρτυρίες του, στο κινητό του εμφανίζονταν

αναδυόμενα παράθυρα που έλεγαν «η πρόταση 22 είναι πρόοδος». Κάτω από αυτόν τον τίτλο ο παραλήπτης μπορούσε να διαλέξει «ναι στην πρόταση 22» ή ΟΚ. Την ίδια ώρα οι επιβάτες έπαιρναν άλλα αναδυόμενα μηνύματα τα οποία τους έλεγαν ότι οι οδηγοί υποστηρίζουν την Πρόταση 22 και ότι θα μπορούσα να την συζητήσουμε μαζί τους. Ο Castellanos διαφωνούσε με την Πρόταση 22 και αυτό γιατί πριν μερικά χρόνια είχε ένα ατύχημα και έμεινε για οκτώ μήνες στο νοσοκομείο. Επειδή δεν θεωρείτο εργαζόμενος της Uber τις μέρες νοσηλείας δεν πήρε κανενός είδους αποζημίωση ούτε φυσικά τον μισθό του. Σαν αποτέλεσμα της έλλειψης χρημάτων η κόρη του αναγκάστηκε να διακόψει τις σπουδές της στο κολέγιο και να πάει να δουλέψει για να φέρει χρήματα στην οικογένεια.



Η εταιρεία Uber δεν ήταν η μόνη που χρησιμοποιούσε τους υπαλλήλους της και να διαδώσει το μήνυμα της υποστήριξης στην Πρόταση 22. Το ίδιο έκανε και η Intercard η οποία ζητούσε από τους εργαζόμενους της να βάζουν αυτοκόλλητα υπέρ της Πρότασης 22 στις παραγγελίες που παρέδιδαν. Η DoorDash πρόσφερε δωρεάν σακούλες στα εστιατόρια που συνεργαζόταν με το προωθητικό Logo υπέρ της Πρότασης 22. Όπως επισημαίνει ο καθηγητής νομικής του Stanford, William Gould πρόκειται για μία σαφή περίπτωση παραβίασης του δικαιώματος έκφρασης των εργατών. Όμως τα δικαιώματα έκφρασης αυτών των εργαζόμενων βρίσκονταν υπό

αμφισβήτηση. Το 2010 με απόφαση του Ανωτάτου Δικαστηρίου των ΗΠΑ αναγνωρίστηκε ότι οι επιχειρηματικοί όμιλοι έχουν δικαίωμα λόγου σαν να είναι άνθρωποι. Από τότε οι επιχειρήσεις έχουν πολύ περισσότερες δυνατότητες να αξιοποιούν τους εργαζόμενους υπέρ συγκεκριμένων πολιτικών απόψεων. Ο καθηγητής David Levine, από το πανεπιστήμιο UC Hastings επισημαίνει ότι η νομοθεσία απαγορεύει στον εργοδότη να παρεμβαίνει στις πολιτικές δραστηριότητες των εργαζομένων αλλά οι επιχειρήσεις απάντησαν ότι στην πραγματικότητα οι άνθρωποι που απασχολούν δεν ήταν εργαζόμενοι αλλά εξωτερικοί συνεργάτες πράγμα που σήμαινε ότι δεν προστατεύονταν από τους νόμους που αναφέρονται σε εργάτες.



Η ευρεία χρήση εφαρμογών για την διάδοση μηνυμάτων υποστήριξης της Πρότασης 22 είναι νέα μορφή εκστρατείας η επιτυχία της προκαλεί σοβαρές υπόνοιες ότι θα την μιμηθούν και άλλες εταιρίες [σε ανάλογες περιπτώσεις](#).





Οι πολιτικοί δεν έμειναν αμέτοχοι στην καμπάνια κατά της AB 5 και υπέρ της Πρότασης 22

Η καμπάνια των Uber και Lyft «Είναι το ιερό δισκοπότηρο της πολιτικής επικοινωνίας», δήλωσε ο David McCuan, καθηγητής Πολιτικών Επιστημών στο Πανεπιστήμιο Sonoma, ο οποίος μελετά τις εκλογικές αναμετρήσεις για δεκαετίες. Η επιτυχία του εγχειρήματος ανοίγει τον δρόμο για τα μεγάλα οικονομικά συμφέροντα να φέρνουν σε δημοψήφισμα προτάσεις που απηχούν τα συμφέροντά τους και στη συνέχεια χρησιμοποιώντας την οικονομική τους δύναμη να οργανώνουν καμπάνιες για να επηρεάσουν με νόμιμο τρόπο την έκβαση της ψηφοφορίας.

Όπως επισημαίνει η καθηγήτρια [Meredith Whittaker](#) οι εργάτες της gig economy είναι οι πρώτοι που έχουν υποστεί την διοίκηση με αλγόριθμους που αξιοποιεί στοιχεία που συλλέγονται από κάθε τους κίνηση προκειμένου να ρυθμίζεται η αμοιβή τους και να σχεδιαστούν οι τρόποι με τους οποίους θα δίνουν περισσότερα παίρνοντας ελάχιστα. Η χρήση τέτοιων τεχνολογικών υποδομών πρόκειται να επεκταθεί πέρα από το κλάδο της πλατφόρμας σε άλλες κατηγορίες εργαζομένων και αυτή η επέκταση διευκολύνεται από την επιτήρηση που συνδέεται με τις προφυλάξεις που παίρνονται ενάντια στην εξάπλωση του ιού COVID-19.

Οι εργάτες μπορούν να αποκτήσουν τον έλεγχο των μαύρων τεχνολογικών κουτιών που εξουσιάζουν την ζωή τους ακόμα και αν κάτι τέτοιο σήμερα φαντάζει δύσκολο. Οι εργαζόμενοι στις πλατφόρμες ανήκουν σε μία ευρεία οργανική συμμαχία που περιλαμβάνει τους εργαζόμενους στις αποθήκες της Amazon, που επίσης διαμαρτύρονται για τους αλγόριθμους που αποφασίζουν την παραγωγικότητα και τους μισθούς τους, με τις κοινότητες που στρέφονται εναντίον της αναγνώρισης προσώπων facial recognition, τους φοιτητές που απορρίπτουν τα συστήματα πανεπιστημιακής αστυνόμευσης και τα τιμωρητικά συστήματα επιτήρησης των εξ αποστάσεων εξετάσεων. Όλες αυτές οι ομάδες ανθρώπων αγωνίζονται να αποκτήσουν τον έλεγχο της ζωής τους και αυτονομία απέναντι στις κεντροποιημένες τεχνολογίες επιτήρησης και ελέγχου.

Πηγές

Deliveroo

<https://www.fortunegreece.com/article/h-deliveroo-kani-neo-anigma-stin-evropi-me-275-ekat-dolaria/>

<https://www.in.gr/2021/03/31/life/stories/deliveroo-etaireia-pou-exei-idioktiti-enan-polyekatommyriouxo-ntelivera/>

Ποιοι είναι οι πρωταγωνιστές της «μάχης» του Online delivery στην Ελλάδα

<https://www.mononews.gr/business/pii-ine-i-protagonistes-tis-machis-tou-online-delivey-stin-ellada>

Gig economy

[https://www.imerisia.gr/ergasia/23242\\_k-poyliakas-stin-i-apo-delivery-stin-gig-economy-ta-nea-montela-kai-oi-gig-workers](https://www.imerisia.gr/ergasia/23242_k-poyliakas-stin-i-apo-delivery-stin-gig-economy-ta-nea-montela-kai-oi-gig-workers)

<https://www.fortunegreece.com/article/ti-ine-i-gig-economy-ke-pos-allaxe-ton-klado-tis-apascholis-pagkosmios/>

<https://www.moneyreview.gr/business-and-finance/international/44866/gig-economy-oi-protoporoi-pernane-se-deytero-rolo/>

<https://www.rizospastis.gr/story.do?id=11102485>

<https://www.tovima.gr/2021/10/01/society/to-neo-proletariato-i-efood-i-eksegersi-ton-delivery-boys-kai-i-dyna%C2%B5i-ton-koinonikon-diktyon/>

[https://www.efsyn.gr/oikonomia/elliniki-oikonomia/310983\\_atakti-ypohorisi-tis-efood](https://www.efsyn.gr/oikonomia/elliniki-oikonomia/310983_atakti-ypohorisi-tis-efood)

<https://dailypost.gr/promotion/gig-economy-ta-paidia-me-ta-mhxanakia-kai-oi-gourou-tou-fb-pou-ta-evalan-mazi-tous/>

<https://www.imerodromos.gr/ispaniki-protia-stin-ee-oi-dianomeis-fagitoy-tha-theoroyntai-misthotoi153980-2/>

<https://mera25.gr/eleftheri-agera-gig-economy-ke-eveliktis-morfes-ergasias/>

### **Η πρόκληση του καπιταλισμού της πλατφόρμας**

Η καθημερινότητά μας κυριαρχείται από νεφελώδεις οντότητες που λέγονται [πλατφόρμες](#) και επηρεάζουν όλο και περισσότερο τον κόσμο μας. Το [Facebook](#) κατηγορήθηκε για διάδοση ψευδών ειδήσεων αλλά και για την εμπλοκή του στη μεταβολή του εκλογικού αποτελέσματος στις ΗΠΑ (Cambridge Analytica). Η [Amazon](#) έχει αλλάξει τελείως την εφοδιαστική αλυσίδα και δημιουργεί ένα αυτοματοποιημένο σύστημα που συνοδεύεται από υψηλή ανεργία. Η [Google](#) αναπτύσσει την τεχνητή νοημοσύνη και αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούμε με την τεχνολογία. Η Uber δημιουργεί ένα υπερεκμεταλλευτικό μοντέλο εργασίας. Ποια είναι όμως τα χαρακτηριστικά που μοιράζονται αυτές οι οντότητες; Συχνά τα ονόματα αυτών των επιχειρήσεων συνδέονται με θέματα ιδιωτικότητας και πολιτικού lobbying. Οι επικριτές τους εστιάζουν σε επιχειρήματα που αφορούν τις πολιτισμικές αξίες και τον πολιτικό τους ρόλο. Όμως αυτή η προσέγγιση ξεχνάει ότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις έχουν πρώτα από όλα οικονομική δραστηριότητα που υλοποιείται στην καπιταλιστική οικονομία, δηλαδή σε μία οικονομία που βασίζεται στον ανταγωνισμό. Με βάση αυτή τη σκέψη οι πλατφόρμες αποτελούν ένα καινούργιο μοντέλο επιχειρηματικότητας στον καπιταλισμό.

### **Τι είναι οι πλατφόρμες**

Οι επιχειρήσεις της πλατφόρμας αποτελούν ένα επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στη συνέργεια διαφορετικών ομάδων. Το Facebook και η Google συνδέουν διαφημιστές, επιχειρήσεις και καθημερινούς χρήστες. Η Uber συνδέει οδηγούς, αναβάτες δίκυκλων και

πελάτες ενώ η Amazon και η Siemens δημιουργούν και νοικιάζουν υποδομές πλατφόρμας σε άλλες επιχειρήσεις.

Βασικό χαρακτηριστικό σε αυτές τις λειτουργίες αποτελεί η άντληση και αξιοποίηση των δεδομένων. Αυτός είναι βασικός πόρος που σπρώχνει τις επιχειρήσεις επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και παράλληλα τους δίνει πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους. Αυτό σημαίνει ότι οι πλατφόρμες έχουν **σχεδιαστεί** για να αντλούν δεδομένα. Εξασφαλίζοντας την υποδομή αλλά και την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε διαφορετικές ομάδες, οι πλατφόρμες βάζουν τον εαυτό τους σε τέτοια θέση ώστε να μπορούν να καταγραφούν τις αλληλεπιδράσεις και να εξάγουν από αυτές δεδομένα. Αυτή τοποθέτησή τους είναι η πηγή της οικονομικής και πολιτικής τους δύναμης.

Αυτό το χαρακτηριστικό μας βοηθάει να λύσουμε το πρώτο μυστήριο: Γιατί οι επιχειρήσεις που βρίσκονται έξω από τον κλάδο της τεχνολογίας υιοθετούν όλο και περισσότερο στοιχεία πλατφόρμας; Από την στιγμή που τα δεδομένα γίνονται ένας πόρος στην οικονομία οι επιχειρήσεις τρέχουν να αναπτύξουν τρόπους για να συγκεντρώσουν πληροφορίες. Η πλατφόρμα αποτελεί το κύριο εργαλείο σε αυτή την προσπάθεια. Εταιρείες όπως η John Deere, που είναι η μεγαλύτερη επιχείρηση στον κλάδο του Αγροτικού εξοπλισμού, δημιουργούν πλατφόρμες οι οποίες θα συνδέουν μεταξύ τους τους καλλιεργητές, τους παραγωγούς σπόρων, χημικών λιπασμάτων, διατάξεων αισθητήρων, τρακτέρ και άλλα. Παράλληλα η επιχείρηση John Deere συλλέγει η ίδια δεδομένα και τα χρησιμοποιεί προκειμένου να βελτιώσει τις υπηρεσίες που παρέχει στους πελάτες της. Φτιάχνει μοντέλα προβλέψεων που αφορούν τη σοδειά ή τις φθορές που παθαίνουν τα μηχανήματα και με τον τρόπο αυτό κερδίζει πλεονέκτημα απέναντι στους ανταγωνιστές της. Αυτό οφείλει να κάνει σύμφωνα με τους κανόνες της αγοράς.

Όστόσο ο αγώνας για περισσότερα δεδομένα έχει και κακόβουλες συνέπειες: Την παραβίαση της ιδιωτικής ζωής πράγμα που είναι απαραίτητο χαρακτηριστικό του καπιταλισμού της πλατφόρμας. Όπως υποστηρίζει η Shoshana Zuboff το γεγονός ότι οι πλατφόρμες καταβροχθίζουν όλο και περισσότερα δεδομένα, όπως ακριβώς συνέβαινε και με τους παλιούς σιδηροδρόμους που καταβρόχθιζαν κάρβουνο, σημαίνει ότι αυτές οι επιχειρήσεις εγγενώς θα πιέζουν έτσι ώστε να μεταποπίζονται τα όρια του τι θεωρείται ιδιωτικότητα. Η Google έχει κατηγορηθεί ότι συνέλεγε δεδομένα από WiFi μέσω των αυτοκινήτων της που έκαναν καταγραφές για το Google Street View. Το Facebook προσπαθεί με τις εφαρμογές του να διεισδύει όλο και περισσότερο στην προσωπική ζωή των ανθρώπων, ενώ η Visio καταδικάστηκε για κατασκοπεία των ανθρώπων μέσα από τις έξυπνες τηλεοράσεις. Αντί να βλέπουμε αυτά τα περιστατικά σαν ατυχείς συμπτώσεις θα πρέπει να τα θεωρήσουμε σαν απαραίτητες συνέπειες του ανταγωνισμού της πλατφόρμας. Εάν τα δεδομένα είναι ένας κεντρικός πόρος και ο ανταγωνισμός προσφέρει ένα premium στην τότε η εποχή μας αναπόφευκτα θα γεμίσει με σκάνδαλα που αφορούν την ιδιωτικότητα.

### **Ριζωματική επέκταση και μονοπωλιακές τάσεις**

Η δίψα για όλο και περισσότερα δεδομένα ωθεί αυτές τις επιχειρήσεις να επεκτείνουν διαρκώς τις δραστηριότητές τους. Ένα πρώτο θέμα που εύκολα καταλαβαίνει κανείς αφορά την ιδιωτικότητα και το απόρρητο των προσωπικών δεδομένων. Ένα δεύτερο θέμα έχει να κάνει με την προσπάθεια των επιχειρήσεων να κυριαρχήσουν στην αγορά των δεδομένων. Η αύξηση των εξαγορών μικρότερων επιχειρήσεων από μεγάλες όπως η Google, το Facebook

και η Amazon επιβεβαιώνει τα χαρακτηριστικά του κλάδου αυτών των επιχειρήσεων. Η δίψα τους για περισσότερα δεδομένα τις ωθεί να ξεφύγουν από την κύρια δραστηριότητα τους και να επεκταθούν και σε άλλες δραστηριότητες τις οποίες χρησιμοποιούν σαν εργαλεία για να αντλήσουν ακόμα περισσότερα δεδομένα. Επιχειρηματικοί νεοσοοί που εν δυνάμει θα μπορούσαν να συγκεντρώσουν δεδομένα εξαγοράζονται αμέσως από τους μεγάλους κολοσσούς. Ακόμα και οι πλατφόρμες δεύτερης κατηγορίας όπως το LinkedIn και το Twitter κατασπαράζονται από τις μεγάλες πλατφόρμες. Αυτό μας βοηθάει να καταλάβουμε για ποιό λόγο η Google, που αρχικά ήταν μία μηχανή αναζήτησης, επενδύει τώρα σε άσχετες δραστηριότητες όπως είναι τα αυτοκίνητα χωρίς οδηγό και η εκπαίδευση. Πολύ απλά από αυτές τις δραστηριότητες ενδιαφέρεται να συγκεντρώσει επιπλέον δεδομένα.

Ενώ οι κλασικές καπιταλιστικές επιχειρήσεις τύπου Ford έδιναν βάση στην κατακόρυφη ολοκλήρωση οι πλατφόρμες αναπτύσσονται με ριζωματικό τρόπο δηλαδή με οριζόντια ανάπτυξη. Αυτό σημαίνει ότι όλο και περισσότερες δραστηριότητες θα γίνονται με τον ένα ή τον άλλο τρόπο δραστηριότητες πλατφόρμας όπως για παράδειγμα η εξ αποστάσεως εργασία ή η εξ αποστάσεως εκπαίδευση.

Οι εταιρείες Google Facebook και Amazon είχαν αρχικά ασυσχέτιστες δραστηριότητες. Η Google ήταν μία μηχανή αναζήτησης, το Facebook μία εταιρία κοινωνικής δικτύωσης και η Amazon μία εταιρεία ηλεκτρονικών αγορών. Σήμερα όμως είναι ανταγωνιστές στον κλάδο των δεδομένων. Η επέκταση των μεγάλων επιχειρήσεων θα εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ τους και φυσικά θα δημιουργήσει τάσεις μονοπώλησης. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά που έχουν οι πλατφόρμες είναι η ικανότητα τους να δημιουργούν δίκτυα. Όσο περισσότεροι χρήστες υπάρχουν σε μία πλατφόρμα τόσο μεγαλύτερη ζήτηση έχει η πλατφόρμα αυτή. Για παράδειγμα γινόμαστε μέλη στο Facebook γιατί πολύ απλά εκεί θα βρούμε τους περισσότερους γνωστούς και φίλους μας. Αυτό όμως οδηγεί στη μονοπωλιακή επικράτηση του Facebook στην Κοινωνική δικτύωση. Αυτή η τάση είναι εμφανής σε όλες τις μεγάλες πλατφόρμες του δυτικού κόσμου, αλλά και σε αυτές του ανατολικού όπως Alibaba and Tencent. Κάθε πλατφόρμα επιδιώκει να κυριαρχήσει στον τομέα δραστηριότητας της και μόλις το πετύχει αυτό γίνεται άτρωτη στις επιθέσεις των ανταγωνιστών της ακόμα και αν αυτές είναι πλατφόρμες που υποστηρίζονται από το κράτος είτε πλατφόρμες που ανήκουν σε συνεταιρισμούς εργατών.

### **Η κερδοφορία των επιχειρήσεων πλατφόρμας**

Το ερώτημα της κερδοφορίας των επιχειρήσεων πλατφόρμας έχει απασχολήσει [ιδιαίτερα](#) τον [τύπο](#). Σύμφωνα με τους [New York Times](#) μετά το 2020 οι εταιρίες της πλατφόρμας έχουν αυξήσει ιδιαίτερα στη μέση των υπηρεσιών τους στην προσπάθειά τους να εξασφαλίσουν κερδοφορία. Η μέση διαδρομή της Uber και της Lyft κοστίζει πλέον 40% περισσότερο από ότι πριν έναν χρόνο ενώ οι εταιρείες παράδοσης φαγητού αυξάνουν σταθερά τις χρεώσεις τους. Το διάστημα από το 2010 μέχρι 2020 οι εταιρείες αυτές προσέφεραν τις υπηρεσίες τους σε εξευτελιστικές τιμές τους προκειμένου να χτυπήσουν τον ανταγωνισμό. Όπως αναφέρει το άρθρο μία διαδρομή που κόστιζε 60 με 70 δολάρια προσφερόταν στην τιμή των 16 δολαρίων. Οι επιχειρήσεις της πλατφόρμας εκμεταλλεύονταν τα επενδυτικά κεφάλαια που ερχόντουσαν από τη Silicon Valley για να χρηματοδοτούν τις αφύσικα φτηνές τους υπηρεσίες και να προσελκύουν πελάτες προκειμένου να αποκτήσουν μία κυρίαρχη θέση στην αγορά και να δημιουργήσουν barriers of entry στους εν δυνάμει ανταγωνιστές. Σήμερα όμως έχουν υποχρεωθεί να αυξήσουν τις τιμές τους προκειμένου να εξασφαλίσουν κερδοφορία.

Ένα καλό παράδειγμα απότομης στροφής προς την κερδοφορία είναι τα ηλεκτρικά σκούτερ. Πριν τη πανδημία τα πεζοδρόμια των Αμερικανικών πόλεων ήταν γεμάτα από αυτά. Ο κυριότερος λόγος ήταν εξαιρετικά χαμηλό κόστος ενοικίασης: 1 δολάριο + 15 σεντς ανά λεπτό, κόστος που συχνά ήταν μικρότερο από την αξία ενός εισιτηρίου στο λεωφορείο. Όμως αυτές οι χρεώσεις δεν μπορούσαν να καλύψουν το πραγματικό κόστος λειτουργίας της Bird. Τα σκούτερ χαλούσαν συχνά, έμεναν εκτός κυκλοφορίας και η εταιρεία πλήρωνε χρήματα για την επισκευή τους. Σύμφωνα με μία πρόσφατη παρουσίαση προς τους επενδυτές, το 2019 η Bird έχανε 19,66\$ για κάθε 10 δολάρια που εισέπραττε. Τελικά αναγκάστηκε να αυξήσει την τιμή ενοικίασης που τώρα είναι ένα δολάριο + 42 σεντς το λεπτό ενώ σε κάποιες πόλεις αναγκάστηκε να χρησιμοποιεί πιο ανθεκτικά scooter. Με τις νέες τιμές το δεύτερο εξάμηνο του 2020 η εταιρεία πραγματοποίησε κέρδη 1,43\$ για κάθε διαδρομή 10\$.

Οι επενδυτές θέλουν να επενδύουν τα κεφάλαιά τους σε κερδοφόρες επιχειρήσεις. Το να πάρεις ένα ταξί στο Λος Άντζελες την ώρα αιχμής θα πρέπει να κοστίζει περισσότερο από 16 δολάρια εάν σε αυτή τη συναλλαγή όλοι αποζημιώνονται δίκαια. Το να έρθει κάποιος να καθαρίσει το σπίτι σας, να πλύνει τα ρούχα ή να παραδώσει ένα δείπνο, θα κοστίζει σημαντικά εάν δεν υπάρχει υπερ-εκμετάλλευση. Το γεγονός ότι ορισμένες υπηρεσίες που παρέχονται από τις επιχειρήσεις δεν είναι πλέον προσιτές στον μέσο καταναλωτή μπορεί να φαίνεται ανησυχητικό αλλά στην πραγματικότητα είναι μία ένδειξη προόδου της αγοράς.

### **Το σπιράλ θανάτου της οικονομίας του διαμοιρασμού**

Ο αγώνας για κυριαρχία ωθεί τις πλατφόρμες να υιοθετούν όλο και πιο άγριες μορφές ανταγωνισμού. Μόνο που αυτή η αγριότητα, τις περισσότερες φορές, ξεσπάει στους πιο αδύναμους. Για παράδειγμα εταιρείες όπως η Uber και η Airbnb αφήνουν στους συνεργάτες τους τα πιο μεγάλα έξοδα τους. Οι οδηγοί βάζουν το μηχανάκι, τα καύσιμα, τη συντήρηση και την ασφάλεια ενώ οι ενοικιαστές στην Airbnb αναλαμβάνουν το κόστος της ασφάλισης και του καθαρισμού των δωματίων. Εν τω μεταξύ οι πλατφόρμες τραβάνε ένα ποσοστό της συναλλαγής σαν αμοιβή για την διαμεσολάβηση τους.

Παρόλα τα προνόμια η επιχειρηματικότητα της πλατφόρμας και τα χρήματα που εισπράττουν για τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης που παρέχουν, η κερδοφορία τους δεν πάει και τόσο καλά. Κατορθώνουν να λειτουργούν παρά τις ετήσιες απώλειες τους χάρη στη χρηματοδότηση από επενδυτές. Για παράδειγμα το 2017 η Uber κατόρθωσε να έχει κερδοφορία μόνο σε ορισμένες πόλεις ενώ εξακολουθούσε να χάνει ένα δισεκατομμύριο δολάρια το έτος προσπαθώντας να αντιμετωπίσει έναν κινέζο ανταγωνιστή της. Τελικά εγκατέλειψε αυτόν τον αγώνα και αποδέχθηκε την ήττα της. Γενικότερα αυτές οι εταιρείες κατορθώνουν να είναι επιτυχημένες εκμεταλλευόμενες το θεσμικό κενό που υπάρχει σε ότι αφορά τις δραστηριότητές τους στον ανταγωνισμό και την βαριά εκμετάλλευση των εργαζομένων. Όμως σιγά-σιγά οι διάφορες χώρες αρχίζουν να θεσπίζουν ρυθμίσεις για τη λειτουργία των επιχειρήσεων της πλατφόρμας ενώ οι εργάτες διεκδικούν τα δικαιώματά τους.

Αυτές οι εξελίξεις βάζουν σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων της πλατφόρμας. Σύμφωνα με τον Nick Srnicek, από το Πανεπιστήμιο City του Λονδίνου, το μέλλον αυτών των επιχειρήσεων είναι η χρεοκοπία ή να συνεχίσουν να παρέχουν τις πολυτελείς τους υπηρεσίες σε πολύ λιγότερους ή να σκαρφιστούν ένα καινούργιο επιχειρηματικό μοντέλο. Για παράδειγμα η Uber έριξε το βάρος της στη δημιουργία ενός στόλου από αυτοκινούμενα

οχήματα. Η καθυστέρηση της τεχνολογίας την ανάγκασε να εγκαταλείψει αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο το οποίο τώρα έχει αναλάβει η Google. Ενδεχομένως η οικονομία του διαμοιρασμού θα είναι ένα βραχύβιο φαινόμενο και οι περισσότερες εταιρείες θα χρεοκοπήσουν, ισχυρίζεται ο Nick Srnicek. Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η κοινωνία μας είναι να κατανοήσει τις ενδογενείς αντιξοότητες της λειτουργίας τους να επινοήσουμε τρόπους αντιμετώπισης της υπερβολικής ισχύος που επιδιώκουν να αποκτήσουν συγκεντρώνοντας όλο και περισσότερα προσωπικά δεδομένα για κάθε ξεχωριστό χρήστη. Η υποτίμηση της κυριαρχίας τους κατοχυρώνει τη θέση τους και αφήνει όλο και μεγαλύτερο περιθώριο δραστηριοποίησης σε ένα σπινάλ θνησιγενούς επιχειρηματικότητας.