

به نام زیبای مطلق

اقتصاد و تولید دانش آزاد

مقدمه

مقدمه‌ی ۱

بیشتر افرادی که برای اولین بار با پدیده‌ای به نام نرم‌افزار آزاد آشنا می‌شوند و رایگان بودن آن را مشاهده می‌کنند، باور نمی‌کنند که نرم‌افزار آزاد واقعاً و بدون هیچ هدف پنهانی رایگان باشد. این افراد سؤالاتی را مطرح می‌کنند که سعی می‌کنم در زیر به برخی از آن‌ها اشاره کنم:

- آیا نرم‌افزار آزاد سلاح دشمنان علیه ما نیست؟
 - آیا نرم‌افزار آزاد ضرر پنهانی برای ما دارد که رایگان در اختیار ما قرار می‌گیرد؟
 - آیا هدف نرم‌افزار آزاد از بین بردن پایه‌های کسب درآمد از طریق نرم‌افزار و در پی آن از بین بردن صنعت برنامه‌نویسی در کشورها نیست؟
- سؤالات خوشبینانه:

- نرم‌افزار آزاد یک حرکت خیریه، دانشگاهی یا تبلیغاتی است. آیا می‌توان پایه‌های صنعت نرم‌افزار را بر روی آن قرار داد؟
 - منفعت تولیدکننده‌ی نرم‌افزار با رایگان بودن نرم‌افزار آزاد چگونه تأمین می‌شود؟
 - استفاده‌ی رایگان افراد دیگر از محصولات تولیدی ما، دیوانگی و از بین بردن خود نیست؟
- دسته‌ی دیگر افرادی هستند که با نرم‌افزار آزاد آشنایی دارند. آنان نیز با مشکل بزرگی به نام کسب درآمد از طریق نرم‌افزار آزاد روبرو هستند. هزینه‌های تولید نرم‌افزار آزاد از کجا تأمین می‌شود؟

به راستی پاسخ این سؤالات و راه‌حل این ابهامات چیست؟ ما معتقدیم که پاسخ این سؤالات در مفهوم بزرگتری به نام دانش آزاد و خصوصیات آن نهفته است. خصوصیتی که مکانیسمی متفاوت از آنچه امروزه با آن مواجه هستیم را پدید می‌آورد. جامعه‌ی متفاوت بر پایه‌ی قوانینی متفاوت.

طبیعی است که درک نرم‌افزار آزاد به عنوان اولین محصول قرن جدید این مکانیسم (پاورقی: منظور از قرن جدید این است که این مکانیسم قرن‌ها است که وجود دارد و ابداعی تازه نیست)، بدون شناخت مختصات این جامعه‌ی جدید، کاری است البته دشوار. ما در این مقاله قصد داریم تا یکی از پیچیده‌ترین خصوصیات این جامعه‌ی جدید (دانش آزاد) یعنی اقتصاد را بررسی کنیم.

مقدمه‌ی ۲

ما معتقدیم که سیستم اقتصادی فعلی (سرمایه‌داری) در بهترین و خوشبینانه‌ترین حالت در بعضی از زمینه‌ها ناتوان است و سیستم بهتری برای مدیریت اقتصاد جامعه وجود دارد. ما در ابتدا سؤالاتی را مطرح می‌کنیم که این مقاله قصد دارد تا به آن پاسخ دهد پس اگر پاسخ

این سؤالات را در سیستم اقتصادی فعلی می‌دانید، نیازی به مطالعه‌ی این مقاله نخواهید داشت. سؤالاتی از قبیل:

- ۱- سیستم اقتصادی فعلی (سرمایه‌داری) چگونه به افرادی که توان مالی مناسب برای پرداخت هزینه‌های محصول را ندارند، خدمات ارائه خواهد کرد؟
 - ۲- سیستم اقتصادی فعلی چگونه نیاز به سرمایه‌ی هنگفت برای تبدیل شدن افراد جامعه به تولیدکننده را برطرف می‌کند؟
 - ۳- سیستم اقتصادی فعلی چه راه‌کاری برای کاهش قیمت محصولات به جای افزایش روز افزون آن دارد؟
 - ۴- سیستم اقتصادی فعلی چه راه‌کاری برای حل مشکل کسب سود توسط کار انجام نشده دارد؟
 - ۵- سیستم اقتصادی فعلی چه دورنمایی را برای کمتر شدن تعداد کارگران جامعه دارد؟
- و سؤالات بسیار دیگر.

سؤالات و نظرات شما خواننده‌ی عزیز می‌تواند راه‌گشای ما در تحقق این هدف باشد.

اقتصاد دانش آزاد

اقتصاد ضلع سوم و نهایی شکل‌گیری جامعه‌ی دانش آزاد است. اضلاع مثلث تشکیل‌دهنده‌ی جامعه‌ی دانش آزاد، دانش، اجتماع و اقتصاد است.

برای درک بهتر اقتصاد، می‌بایست خصوصیات سیستم آموزشی دانش آزاد و روابط اجتماعی دانش آزاد را بشناسیم. متأسفانه هنوز محتوای مکتوبی در این راستا تهیه نکرده‌ایم و مقاله‌ی حاضر اولین اثر از این ۳ گانه است. با امید به خدا تلاش خواهیم کرد تا مقالات سیستم آموزشی دانش آزاد و روابط اجتماعی دانش آزاد را نیز تهیه کنیم.

تعریف اقتصاد

تعاریف زیادی درباره‌ی مفهوم اقتصاد شده است اما ما اینجا از نظر آدام اسمیت (پاورقی: ما در اینجا به اینکه اسمیت کیست و به چه جبهه‌ی اعتقادی و سیاسی وابسته است کاری نداریم) استفاده می‌کنم چون از جملات و تعبیری استفاده کرده که در ادامه بی‌نهایت به کار ما خواهد آمد.

آدام اسمیت فیلسوف و اقتصاددان برجسته اسکاتلندی و مؤسس مکتب اقتصاد کلاسیک است. او را تدوین‌کننده مبانی سرمایه داری مدرن می‌دانند (پاورقی: ذکر این نکته خالی از لطف نیست که نقل قول ما از اقتصاد، از زبان یکی از تدوین‌کنندگان مبانی اقتصاد سرمایه داری است، حال آنکه ما دشمن شماره‌ی یک سرمایه داری به شکل امروزی هستیم). او در کتابش ثروت ملل مبانی علم اقتصاد را مدون کرده است. این شاید از معروف‌ترین سخنان او باشد که «انسان تقریباً همیشه به یاری هم‌نوعان خود احتیاج دارد» (پاورقی: این جمله یکی از نشان‌های اصلی دانش آزاد است که در اینجا دلیلی برای وجاهت تفکر مخالفان آن است) و حساب کردن تنها روی خیرخواهی آنها امری بیهوده است (پاورقی: این جمله یکی از اصلی‌ترین تفاوت‌های دانش آزاد با نظام سرمایه داری است. یکی از خصوصیات دانش آزاد، نبود نیاز به خیرخواه بودن همه‌ی جامعه و کافی بودن خیرخواهی تنها قسمتی از جامعه است) (سوالی که هنوز برای آن پاسخ محکمی نداریم این است که خیرخواهی چند درصد از افراد جامعه برای برآورده کردن نیاز کل جامعه کافی خواهد بود). آدمی در جلب یابوری و همراهی دیگران وقتی بهتر کامیاب می‌شود که آنان را ذینفع سازد و آنها را قانع کند که قبول پیشنهاد او به نفع خود آنها است (پاورقی: دانش آزاد نیز در این اصل با نظام سرمایه داری اتفاق نظر دارد ولی در عین حال مدعی این است که نفعی که نظام سرمایه داری برای افراد جامعه مدعی آن است، به دست نخواهد آمد زیرا نفع افراد جامعه، فقط و فقط در بدست آمدن نفع جامعه خواهد بود). این همان کاری است که فردی که مبادله معینی را پیشنهاد می‌کند انجام می‌دهد؛ معنای پیشنهادش چنین است: آنچه را که من به آن نیاز دارم به من بدهید تا من هم آنچه را شما به آن احتیاج دارید به شما بدهم (پاورقی: این یک جور گروکشی نیست؟ آیا ارتباطی با معامله با مضطر دارد که در دین اسلام حرام اعلام شده است؟) (پاورقی: دانش آزاد این جمله را اینگونه بیان می‌کند «آنچه را که من به آن نیاز دارم به من بدهید تا آنچه را جامعه به آن نیاز دارد به جامعه بدهم» یا به صورت دقیق‌تر «آنچه را جامعه به آن نیاز دارد و من دارم، به جامعه می‌دهم تا آنچه را من نیاز دارم، در اختیار من و همه‌ی افراد جامعه قرار بگیرد»). مفهوم هر معامله همین است و به همین ترتیب است که ما امروزه بیشتر خدمات و چیزهای مورد نیاز خود را از یکدیگر به دست می‌آوریم. این از خیرخواهی قصاب، مشروب ساز و نانوا نیست که ما بر سر میز خود شام داریم، بلکه از علاقه آنها به نفع خودشان است (پاورقی: اینکه عده‌ای غذا برای خوردن ندارند دلیلش این است که قصاب و نانوا علاقه‌ای به رفع نیاز خود ندارند و درواقع خیرخواه خود نیستند. جامعه نیازی به این ندارد که انسان‌ها خیرخواه یکدیگر باشند، اگر خیرخواه خود باشند کافی خواهد بود). ما

به انسانیت و نوع دوستی آنها متوسل نمی‌شویم (پاورقی: که اگر می‌شدیم به اندازه‌ی نیازمندان تولید می‌کردیم و نه به اندازه‌ی توانمندان)، بلکه به نفع طلای و سودجویی آنها مراجعه می‌کنیم (پاورقی: یکی از اصولی که علم اقتصاد امروزی برپایه‌ی آن استوار است، اصل عرضه و تقاضا است. به زبان ساده می‌شود اینطور بیان کرد که اگر توان تولید محصول من بیش از تقاضای جامعه بود (بخوانید بیش از افرادی که توان برآورده کردن نیاز من را داشته باشند، نه افرادی که نیاز به محصول من دارند)، من عرضه را کاهش خواهم داد تا ارزش محصول من و در پی آن برآورده شدن نیاز من تضمین گردد). ما از نیازمندی‌های خود با آن‌ها صحبت نمی‌کنیم، بلکه از منافع آنها سخن می‌رانیم (پاورقی: ما نه از نیاز خود با آنان صحبت می‌کنیم و نه از منافع آنان، بلکه از نادانی آن‌ها نسبت به راه رفع نیازشان استفاده می‌کنیم).»

حال با این مقدمه و تعریف از اقتصاد امروزی به سراغ دانش آزاد و اقتصاد نهان در آن می‌رویم.

عرضه و تقاضا

عرضه

اولین نکته در شناخت اقتصاد دانش آزاد این است که به جز خریدار و فروشنده، ضلع سومی به نام جامعه وجود دارد که نقش تعیین‌کننده‌ای در روند عرضه و تقاضا دارد. عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا:

محصول:

هدف از تولید یک محصول چیست؟

هدف از تولید یک محصول در سیستم دانش آزاد، نیاز فرد است اما این جامعه است که از تولید یک محصول حمایت می‌کند پس اگر محصولی نیاز فرد باشد ولی نفعی برای جامعه نداشته باشد، جامعه از آن حمایت نخواهد کرد (مثلاً هزینه‌ای برای آن پرداخت نخواهد کرد) مانند محصولات هنری. در محصولات هنری این هنرمند است که تصمیم به خلق یک اثر می‌گیرد ولی مادامی که جامعه از اثر هنرمند نفعی نبرد، از هنرمند حمایت نخواهد کرد.

چه کسی محصول را تولید می‌کند؟

۱- مصرف‌کننده. اغلب محصولاتی که در دانش آزاد تولید می‌شود، اولین بار به دست کسانی تولید شده‌است که آن محصول مورد نیاز آنان بوده است.

امروزه در جوامع، هنرمندانی را می‌بینیم که آثار خود را صرفاً برای استفاده‌ی جامعه خلق می‌کنند، نه برای خودشان و این خود یکی از دلایل کاهش کیفیت و ابتذال محصولات هنری است. این پدیده در زمینه‌های دیگر تولید نیز نمود بسیار دارد.

اغلب در جامعه‌ی دانش آزاد، تولیدکنندگان اولین مشتری محصول خود هستند.

۲- سفارش. امکان دارد محصولی مورد نیاز مشتری باشد ولی مشتری توان ساخت آن را نداشته باشد. در این صورت تولیدکننده سفارش را از مشتری گرفته و در قبال دریافت هزینه تولید، محصول را برای مشتری تولید می‌کند.

خصوصیات محصولات آزاد:

- راه‌حل هر نیازی یکبار پیاده‌سازی می‌شود اما محصولات متفاوتی بنابر نیازهای مصرف‌کنندگان تولید می‌شود.

- در تولید محصول، فقط قسمت‌های جدید هزینه خواهند داشت.

- قیمت زیاد به علت عدم توانایی در فروش نسخه‌های متعدد.

چه کسی محصول را مصرف می‌کند؟

- تولیدکننده‌ی اولیه

- توسعه‌دهندگان بعدی (تولیدکنندگان ثانویه)

- افراد نیازمند جامعه (هر دو دسته‌ی توانمندان و ناتوانان)

خصوصیات عرضه:

- قدرت کاهش یا افزایش عرضه در دست تولیدکننده نیست.
- افزایش یا کاهش عرضه روی ارزش محصول تأثیر نمی‌گذارد.
- **ارزش محصول** وابسته به **حمایت جامعه** است که **حمایت جامعه** وابسته به **نفع محصول برای جامعه و سطح آگاهی افراد جامعه** از لزوم حمایت از محصولات مفید فایده برای خود است.

تقاضا

بهترین بازار مصرف کدام است؟

بازاری که حد اشباع نداشته باشد، بهترین بازار برای تولیدکننده است. بازار وقتی به اشباع می‌رسد که دیگر تقاضایی برای محصول نباشد.

اگر بازار را محل اجتماع تقاضاکنندگان در نظر بگیریم که تولیدکنندگان را به سمت خود جذب می‌کند: ۱- اگر تقاضاکنندگان نیازهای محدودی داشته باشند، در صورتی که تولیدکنندگان بخواهند، بازار بعد از مدتی به حد اشباع خواهد رسید. اگر هم به حد اشباع نرسد این خاصیت همیشه برای تولیدکنندگان تهدیدی جدی باقی خواهد ماند و در بعضی از محصولات دامن تولیدکنندگان را خواهد گرفت. راه حل این مشکل کجاست؟

۲- اگر تقاضاکنندگان نیازهای محدودی نداشته باشند، تولیدکنندگان می‌توانند همیشه از آینده‌ی پرسود خود مطمئن بمانند. چنین بازاری وقتی بوجود خواهد آمد که تقاضا نامحدود باشد و تقاضا وقتی نامحدود خواهد بود که جامعه هر لحظه نیاز جدیدی پیدا کند یا تولیدکننده هر لحظه نیاز جدیدی در جامعه ایجاد کند.

تولیدکنندگان باهوش منتظر ایجاد نیاز در جامعه نخواهند ماند به چند دلیل:

- ۱- اگر جامعه نیاز جدیدی پیدا کند، دیگر تولیدکنندگان نیز برای پاسخ این نیاز شروع به تولید محصول می‌کنند و این یک بازار با رقبای زیاد تولید خواهد کرد.
 - ۲- کشف نیاز جامعه هزینه‌ای به مراتب بیشتر از ایجاد نیاز در آن دارد.
 - ۳- منتظر جامعه ماندن خطرپذیری تولید را بالا می‌برد و اگر جامعه نیاز جدیدی پیدا نکرد، تولیدکنندگان دچار مشکلات جدی خواهند شد که می‌تواند رکود اقتصادی بزرگی ایجاد کند.
 - ۴- ممکن است نیاز جامعه در راستای تولید ما گسترش نیابد و در نتیجه پاسخ نیاز جدید جامعه بوسیله‌ی تولیدکنندگان دیگر داده شود و این می‌شود کاشت از ما و برداشت از دیگران.
- از این رو تولیدکنندگان به سراغ سیستم دیگری رفتند که آن ایجاد بازار برای محصول است تا ایجاد محصول برای بازار. ما به عنوان تولیدکننده برای محصولی که می‌توانیم تولید کنیم و دیگران نمی‌توانند، نیاز ساختگی در جامعه پدید می‌آوریم.

تذکر: ایجاد نیاز ساختگی در جامعه با سطح آگاهی افراد جامعه نسبت عکس دارد یعنی هرچه آگاهی جامعه بیشتر باشد، ایجاد نیاز ساختگی در آن مشکل‌تر خواهد بود پس نیاز به راه کار دیگری وجود دارد. این راه کار پایین نگه داشتن یا کم کردن سطح آگاهی افراد جامعه است که از اثرات آن می‌توان مبارزه با سیستم‌هایی را نام برد که هدف‌شان بالا بردن سطح آگاهی افراد جامعه است (یکی از اصلی‌ترین دلایل دین‌ستیزی در طول تاریخ و در اثر جدید بیشتر همین موضوع است چون دین در حالت کلی هدفی جز ارتقای سطح آگاهی افراد جامعه نسبت به نیازهایش و راه درست رفع آن نیازها ندارد).

نیازهای طبیعی که تولیدکنندگان امروزه توان پاسخ به آن را دارند اغلب در دسته‌ی اول قرار می‌گیرند یعنی دارای بازار محدود هستند و خطر اشباع همیشه برایشان وجود دارد و هرچه تولیدکننده در برآورده کردن نیازهای طبیعی افراد جامعه موفق‌تر عمل کند، سود کمتری نصیبش خواهد شد. در این حالت دو رویکرد پیش خواهد آمد:

۱- اگر هدف برآورده کردن نیازهای طبیعی تمامی افراد اجتماع باشد، نتیجه از دست رفتن ارزش محصول تولیدی و کم شدن سود تولیدی است.

۲- اگر هدف کسب سود بیشتر باشد، نتیجه نگاه داشتن جامعه در منحنی عرضه و تقاضا و تولید نکردن به اندازه رفع نیاز همه‌ی افراد جامعه است.

در نقطه‌ی مقابل نیازهای ساختگی دارای بازار محدود نبوده و تولیدکنندگان همیشه می‌توانند به

کسب سود بیشتر در این بازار امیدوار باشند. لازم به توضیح نیست که نظام سرمایه‌داری کدام روش را انتخاب خواهد کرد چون کسب سود بیشتر هدف این نظام است.

در صورت ایجاد نیازهای ساختگی سؤالاتی مطرح می‌شود:

- هزینه‌ی برآورده کردن این نیاز را چه کسی خواهد پرداخت؟
 - افرادی از اجتماع که در تأمین هزینه‌های نیازهای طبیعی خود نیز دچار مشکل هستند، چگونه می‌توانند پاسخگوی هزینه‌ی نیازهای جدید باشند؟
- در این صورت ما یک مشکل به مشکلات کسانیکه نمی‌توانند هزینه‌های فعلی خود را تأمین کنند، اضافه می‌کنیم. توجه به این نکته ضروری است که این نیازها واقعی نیستند. ایراد دیگری که این سیستم دارد این است که بعد از ایجاد نیاز، امکان بهره‌مندی همه‌ی جامعه را فراهم نمی‌کند و فقط توانمندان می‌توانند نیاز خود را برآورده کنند و نیازی به باقی نیاز نیازمندان اضافه می‌شود. اینچنین جامعه‌ای روزبه‌روز نیازمندتر می‌شود و دایره‌ی افراد توانمند روزبه‌روز کوچکتر خواهد شد.

انواع نیازهای ساختگی:

نیازهای ساختگی به دو بخش قابل توجه و توهمی تقسیم می‌شوند. نیازهای ساختگی قابل توجه را می‌توان با عرضه‌ی نامحدود محصول به اندازه‌ی نیازمندان آن از بین برد. نیازهای ساختگی توهمی بهتر است با آگاه‌سازی افراد جامعه از بین برود. نیازهای طبیعی نیز با عرضه‌ی نامحدود محصول از بین خواهند رفت.

چرا نیازهای ساختگی بوجود می‌آید؟

برای کسب سود افرادی که مدعی داشتن راه‌حل‌های انحصاری برای آن نیازها هستند. در صورتی که انحصار وجود نداشته باشد، راه‌حل‌ها در اختیار همه‌ی نیازمندان خواهد بود و در این صورت امکان کسب سود نخواهد بود و بنابراین از ابتدا نیازی ساخته نخواهد شد. نیاز ساختگی چگونه بوجود می‌آید؟ نمی‌دانیم.

روند برآورده کردن نیازها در سیستم اقتصادی دانش آزاد چگونه است؟

برآورده شدن نیازها در دانش آزاد بنابر اولویت آن‌ها از نیازهای طبیعی تا نیازهای ساختگی، موجب می‌شود که در ابتدا هزینه‌ها در سطوح پایین‌تر کاهش یافته و کاهش هزینه در هر مرحله، هزینه‌های مراحل بعد را به شدت کاهش می‌دهد.

تولید دانش آزاد

پشتیبانی

نگهداری محصول معنای خاصی در اقتصاد انحصاری ندارد. سعی شده با پیرنگ تر کردن فروش، نقش پشتیبانی به حاشیه رانده شود. عدم تضمین‌های حقوق مصرف‌کننده در سیستم اقتصاد انحصاری، شرایط را برای فروشندگان فراهم آورده تا روزبه‌روز بیشتر این حقوق را نادیده بگیرند. حقوقی از قبیل نگهداری، توسعه و در کل پشتیبانی محصول فروخته‌شده به مصرف‌کننده.

در سوی دیگر سیستم دانش آزاد با توجه به وابستگی شدید به رضایت مشتری، بیشترین تلاش را برای احقاق حقوق مشتری انجام می‌دهد. از این رو با توجه به تفاوت‌های سیستم‌های دانش آزاد و انحصاری، دانش آزاد تمرکز خود را بر روی پشتیبانی و توسعه‌ی محصولات ارائه‌شده و در کل کسب و حفظ رضایت مشتری قرار داده است.

نگهداری

نگهداری به عنوان یکی از راه‌های کسب درآمد تولیدکننده و حفظ رضایت مشتری، اهمیت زیادی دارد؛ تا حدی که امروزه بنگاه‌های خدماتی بزرگ و گسترده‌ای برپایه‌ی نگهداری و توسعه‌ی محصولات آزاد شکل گرفته‌اند که از موفقیت‌های زیادی نیز برخوردار بوده و همچنین نقش مهمی در گسترش و آشنایی بیشتر افراد جامعه با این سیستم داشته‌اند. نکته‌ی دیگر در نگهداری دانش آزاد از محصولات تولیدی خود این است که نگهداری و توسعه، وابسته به تولیدکننده‌ی اولیه نیست و مشتری می‌تواند حتی در صورت موجود نبودن تولیدکننده‌ی اولیه، انتظار وجود پشتیبانی و توسعه را داشته و از آن بهره‌مند شود.

توسعه

در سیستم اقتصاد انحصاری حتی باوجود پیشرفت روز افزون علم و فن‌آوری، توسعه‌ی محصولات بصورت پلکانی-زمانی و اغلب با پایه‌ی دانش پایین‌تر از سطح علم روز می‌باشد تا بتواند حداکثر سود تولیدکننده را تضمین کند. در بیشتر موارد توسعه‌ی محصولات انحصاری، خود بصورت محصول جدیدی عرضه می‌شود و ارتقای محصولات قبلی اماکن‌پذیر نمی‌باشد و تلاشی هم برای فراهم ساختن امکان ارتقای محصولات قبلی انجام نمی‌دهد در صورتیکه در سیستم دانش آزاد، تمام تلاش سیستم در راستای هماهنگ‌سازی ارتقاها و توسعه‌های جدید محصولات با نسخه‌های پیشین است که این خود عاملی برای صرفه‌جویی مشتری در هزینه‌های ارتقا و صرفه‌جویی تولیدکننده در هزینه‌های تولید است.

کیفیت توسعه

در سیستم انحصاری، هیچ لزومی بر توسعه‌ی باکیفیت وجود نداشته و تنها عامل تعیین‌کننده میان سودآوری توسعه است؛ حتی در مواردی که رقابت وجود دارد نیز کیفیت توسعه با توجه به میزان سودآوری آن تعیین می‌شود و نه خواست و رضایت مشتری. سیستم فروش انحصاری یکی از مهم‌ترین عوامل نبود لزوم کیفیت در محصولات تولیدی و کیفیت توسعه‌ی محصولات قبلی است. پرداخت قبل از استفاده از محصول و سنجش توانایی محصول در انطباق با نیازهای مشتری و کسب نکردن رضایت مشتری یکی از عوامل کاهش انگیزه‌ی تولیدکننده برای تولید محصول باکیفیت است.

یکی دیگر از عوامل کاهش کیفیت توسعه‌ی محصولات، محدود بودن مجوز توسعه محصولات (انحصاری بودن محصول) به تولیدکننده‌ی اصلی است. در دانش آزاد هر فردی می‌تواند محصولات آزاد را توسعه دهد و علاقه‌ی توسعه‌دهندگان به استفاده‌ی جامعه از توسعه‌ی آن‌ها در کنار ملاک بودن کیفیت توسعه برای مصرف‌کنندگان و وجود انتخاب‌های متعدد برای آن‌ها، موجب می‌شود که عر توسعه‌دهنده‌ای بیشترین تلاش خود را در جهت افزایش کیفیت توسعه‌ی محصول انجام دهد. همچنین آزادی در استفاده از ایده‌های دیگر توسعه‌دهندگان، موجب می‌شود توسعه‌ها از بهترین ایده‌های موجود بهره ببرند و در نتیجه کیفیت همه‌ی آن‌ها با سرعت زیادی افزایش یابد.

تضمین توسعه

چه تضمینی وجود دارد که تولیدکننده‌ی یک محصول، آن را توسعه دهد؟ یکی از امکاناتی که سیستم سرمایه‌داری به تولیدکنندگان خود می‌دهد، انحصار است. قدرت انحصار به تولیدکننده این امکان را می‌دهد تا با خیال راحت به فروش محصولات خود پرداخته و نگرانی بابت تولید و فروش محصول خود توسط دیگر تولیدکنندگان نداشته باشد. این امر سبب ایجاد بازار درآمدی مناسبی می‌شود که در آن تولیدکننده می‌تواند تا مدتی که تولیدکننده‌ی رقیب به محصولی مشابه دست پیدا نکرده است، محصول خود را بدون نیاز به توسعه و بروزرسانی به مصرف‌کننده بفروشد. و لزومی به پیاده‌سازی توسعه‌های جدید و بهینه‌سازی محصول خود نبیند. در صورتیکه در سیستم دانش آزاد به دلیل نبود انحصار فروش و در دسترس بودن محصول و دانش تولید آن برای عموم، ظرف مدت زمان کوتاهی از عرضه‌ی یک محصول توسط تولیدکننده‌ی اولیه، دیگر تولیدکنندگان نیز می‌توانند همان محصول را عرضه کنند.

این موضوع یکی از اساسی‌ترین و چالش برانگیزترین تفاوت‌های سیستم سرمایه‌داری و دانش آزاد در زمینه‌ی تولید و فروش محصولات (کسب و کار) است.

این تفاوت باعث می‌شود تا تولیدکنندگان آزاد، هر لحظه در فکر توسعه و ارتقای محصولات عرضه‌شده‌ی خود باشند و تولیدکنندگان ثانویه نیز اغلب محصول کپی‌شده را با امکانات جدید به بازار عرضه کنند.

شایان توجه است که پشتیبانی نیز مانند توسعه، تحت تأثیر شدید این خصوصیت سیستم دانش آزاد است و تولیدکننده‌ای که توسعه‌ی سریع‌تر و پشتیبانی بهتری ارائه می‌دهد، همیشه مورد قبول بیشتر جامعه خواهد بود.

دلیل دیگر تضمین توسعه در سیستم دانش آزاد، قیمت‌های حداقلی است.

خصوصیاتی که در قبل گفته شد به شما به عنوان تولیدکننده این امکان را نمی‌دهد که بتوانید محصول تولیدی خود را به هر قیمتی که بخواهید در جامعه عرضه کنید. امکان تولید محصول شما برای همه، این توانایی را دارد تا در صورت وجود آمدن قیمت‌های کاذب دارای ارزش افزوده‌ی بسیار (پاورقی: پدیده‌ای مانند ارزش افزوده نمی‌تواند در سیستم دانش آزاد شکل بگیرد و مخصوص سیستم سرمایه‌داری است.)، به راحتی قیمت‌ها را شکسته و تا حد مینیمم، قیمت‌ها را پایین آورد. این کاهش قیمت، تولیدکنندگان آزاد را ملزم به تولید هرروزه و توسعه‌ی محصولات و پشتیبانی بهتر از محصولات می‌کند که نتیجه‌ای جز پیشرفت بیشتر و سریع‌تر محصولات و در ادامه، رفاه جامعه نخواهد داشت. (پاورقی: در سیستم سرمایه‌داری وقتی جامعه حق رفاه خواهد داشت که سود سرمایه‌دار تأمین شده باشد) در صورتیکه در سیستم سرمایه‌داری، انحصاری که به تولیدکننده داده می‌شود، امکان افزایش قیمت محصولات را تا حد توان به تولیدکننده می‌دهد و این علاوه بر افزایش بیشتر قیمت و فشار به جامعه، باعث کندی روند پیشرفت محصولات نیز می‌شود. سود حاصل از کم شدن قیمت‌ها به چه کسی خواهد رسید؟ آیا غیر از این است که جامعه از قبل این کاهش هزینه سود خواهد برد؟

هزینه‌ها

هزینه‌ها یکی از مهم‌ترین بخش‌های تولید برای تولیدکننده و عامل تعیین‌کننده برای مصرف‌کننده است.

کم شدن هزینه‌های تولید، امکان تولید را برای تولیدکنندگان بیشتری فراهم می‌کند (پاورقی: نیازی به داشتن سرمایه‌ی هنگفت برای شروع تولید نخواهد بود) و از طرف دیگر با کاهش قیمت‌ها، امکان استفاده افراد بیشتری از جامعه، از محصول تولیدی فراهم می‌شود. تفاوت در هزینه‌ها بین سیستم سرمایه‌داری و دانش آزاد تا حد بسیار زیادی به خصوصیات ماهیتی این دو سیستم برمی‌گردد.

همانطور که در توضیحات قبلی این مقاله نیز تا حدودی عنوان شد، نبود انحصار در محصولات و دانش تولید آن‌ها باعث می‌شود تا تولیدکنندگان بتوانند از نتیجه‌ی تلاش‌ها و هزینه‌های یکدیگر استفاده کنند که این کار باعث می‌شود: الف) بجای اختراع چرخ توسط هر تولیدکننده و گرفتن هزینه‌ی آن از مصرف‌کننده (افزایش چندین برابری هزینه‌ها)، چرخ یکبار اختراع شده و همه از آن سود ببرند؛ هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان.

سود حاصل از این کار دارای چند جنبه‌ی مهم است:

۱- هزینه‌ی تولید را به شدت کاهش می‌دهد.

۲- زمان مصرفی برای تولید را به شدت کاهش می‌دهد.

• کاهش زمان مصرفی تولید، سرعت پیشرفت محصولات و دانش آن‌ها را به حد غیرقابل باوری در جامعه بالا می‌برد.

۳- هزینه‌های اولیه برای تبدیل شدن به تولیدکننده را برای افراد جامعه کاهش می‌دهد.

۴- صرفه‌جویی در منابع محدود مصرفی. محدود بودن منابع مصرفی و بالا بودن تقاضای مصرف از سوی تولیدکنندگان، خود یکی از دلایل افزایش هزینه‌ها است.

ب) هزینه‌ی تولید یک محصول برابر است با تقسیم هزینه‌های تولید بر تعداد تولیدکنندگان و وجود تولیدکنندگان بیشتر یعنی صرف هزینه‌ی کمتر برای هر تولیدکننده و نتیجه‌ی آن نیاز کمتر به سرمایه‌ی هنگفت اولیه و تبدیل شدن قشر بیشتری از جامعه به تولیدکننده خواهد بود.

درآمد

هر تولیدکننده، خود نیز یک مصرف‌کننده است بدین صورت که هم در تولید محصول خود، مصرف‌کننده‌ی محصولات دیگر تولیدکنندگان است و هم به عنوان یک فرد از جامعه نیازمندی‌های بی‌شماری دارد که توسط تولیدکنندگان دیگر تأمین می‌شوند.

کارکرد اصلی درآمد، پاسخگویی به مطالبه‌ای است که دیگر افراد جامعه در ازای برآورده کردن نیاز ما می‌کنند که به مطالبه‌ی دیگر افراد جامعه در ازای برطرف کردن نیاز ما، هزینه می‌گوییم. حال هرچه هزینه‌ها افزایش یابد، درآمد نیز باید افزایش یابد و هرچه هزینه‌ها کاهش یابد، درآمد نیز می‌تواند کاهش یابد.

رویکرد سیستم دانش آزاد در اقتصاد:

۱- نگهداری هزینه‌ها در حداقل میزان ممکن بجای افزایش درآمدها

کاهش هزینه‌ها امکان تولیدکننده شدن افراد بیشتری از جامعه را فراهم می‌کند و حفظ هزینه‌ها در حداقل ممکن، از تبدیل تولیدکنندگان ثانویه به افراد مصرف‌کننده صرف جلوگیری می‌کند.

۲- کسب درآمد در قبال کار انجام شده

این هدف یکی از بزرگترین اهداف سیستم‌های اقتصادی است که جز در موارد انگشت‌شمار به وقوع نپیوسته است که ذکر آن‌ها از توان نگارنده خارج است. حذف سرمایه از نیازهای

تولیدکننده شدن، جامعه را از تفکر پول، پول می‌آورد دور کرده و بی‌نیاز می‌کند و همچنین نیاز

لحظه‌ای به تولید محصولات جدید و توسعه‌ی محصولات قبلی برای کسب درآمد، جامعه را به سمت کسب درآمد در ازای کار انجام شده سوق می‌دهد.

افزایش هزینه‌ها در اقتصاد فعلی (سرمایه‌داری) به عهده‌ی نظام تولید یا تولیدکنندگان است و تقاضا برای افزایش دستمزد و در نتیجه افزایش درآمد به عهده‌ی جامعه. لازم به گفتن نیست که همیشه هزینه‌ها راحت‌تر از دستمزدها افزایش پیدا می‌کند.

از طرفی هرچه هزینه‌ها افزایش یابد، هزینه‌های تولید افزایش پیدا می‌کند و هرچه هزینه‌های تولید افزایش یابد، نیاز به داشتن سرمایه‌ی هنگفت برای شروع تولید بیشتر می‌شود و نتیجه‌ی این چرخه خروجی سرمایه‌داران = تولیدکنندگان خواهد بود و روزه‌روز ا تعداد افراد عادی جامعه به عنوان تولیدکننده کاسته خواهد شد.

ادامه‌ی چنین سیستمی دو نتیجه خواهد داشت:

- ۱- یا جامعه تبدیل به نظام ضد سرمایه‌داری خواهد شد. یک نمونه نظام‌های کمونیستی است.
- ۲- افزایش هزینه‌ها بوسیله‌ی تولیدکنندگان و تبدیل جامعه به دو قشر سرمایه‌دار و کارگر یا درست‌تر ارباب و برده. از این رو سیستم سرمایه‌داری منجر به سیستم ارباب و برده می‌شود که دیگر قشر ضعیف جامعه قدرتی برای ایجاد تغییر در سیستم موجود را نخواهد داشت.

یکی از تفکراتی که بواسطه‌ی سلطه‌ی سرمایه‌داران بر جوامع بوجود آمده، نیاز همیشگی به وجود کارگر است. کدام پدر یا مادری است که برای فرزند خود آرزوی کارگری در آینده را داشته باشد؟ (آنچه برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم می‌پسند)

کارگر شدن عده‌ای از افراد اجتماع از روی جبر زمانه یا بهتر بگوییم جبر نظام اقتصادی موجود است و هیچ فردی در شرایط ایده‌آل اقتصادی حاضر به کارگر دیگران شدن نیست.

ذکر این نکته را لازم می‌دانم که پیاده‌سازی نظام اقتصادی که نیاز به کارگر ندارد، بسیار متفاوت از نظام‌های کمونیستی است که نافی نیاز به وجود کارگران نیستند و سعی در برابری حقوق کارگران و کارفرمایان دارند.

نه‌تنها اینگونه سیستم‌ها هیچگونه تلاشی برای کم کردن کارگران و تبدیل آن‌ها به تولیدکنندگان مستقل انجام نمی‌دهند بلکه انگیزه‌ی افراد را برای تبدیل شدن به تولیدکنندگان مستقل نیز سلب می‌کنند.

رشد علم با رشد کارگر نسبت عکس دارد. در مشاغلی مانند ساختمان‌سازی، کشاورزی، صنایع و ... امروزه بسیاری از کارها به دست ابزارآلات پیشرفته یا ربات‌ها انجام می‌شود.

دقت به این نکته ضروری است که نظام سرمایه‌داری منفعت‌گرا بوده و کسب سود بیشتر به هر قیمتی را مجاز می‌داند. در این نظام تا وقتی وجود کارگر سود بیشتری نصیب کارفرمایان کند، لزوم وجود کارگر را تبلیغ و مکانیسم‌های ایجاد کارگر را تقویت می‌کنند و در صورتی که وجود کارگر مانع کسب سود بیشترشان شود، با بی‌رحمی تمام کارگران را از صنایع خود حذف می‌کنند. همان کارگرانی که توسط مکانیسم‌های خود ایجاد کرده بوده‌اند.

در جوامع امروزی شاهد مهاجرت افراد دارای تخصص پایین از شهرها و روستاهای کوچک به شهرهای بزرگ هستیم. افرادی که اغلب به عنوان کارگران شغل‌های سطح پایین در شهرهای بزرگ شناخته می‌شوند و خصوصیت غالب آن‌ها کم‌دانش بودن آن‌ها در درجه‌ی اول و در درجه‌ی بعد کم‌سرمایه بودنشان است.

محیطی که این افراد در آن رشد کرده‌اند اغلب از امکانات کم آموزشی یا اختلاف کیفیت آموزشی برخوردار است که این اصلی‌ترین عامل تبدیل شدن آن‌ها به کارگر است.

دردسترس بودن دانش با کیفیت، اصلی‌ترین هدف و دستاورد سیستم دانش آزاد و نبود نیاز به سرمایه برای تولیدکننده شدن افراد جامعه از آثار مهم آن است.

حقوق مصرف‌کننده

از جمله حقوق‌هایی که مصرف‌کننده در استفاده از یک محصول دارد، رضایت و تضمین کیفیت محصول است.

در سیستم دانش آزاد با توجه به مطالب گفته‌شده در فصل‌های قبل، تولیدکننده مجبور به حفظ

و افزایش کیفیت محصول است. توان رقابت تولیدکنندگان ارتباط مستقیم با کیفیت محصولاتشان دارد.

از عوامل مؤثر در جلب رضایت مصرف‌کننده در سیستم دانش می‌توان:

- قیمت حداقلی
- پشتیبانی تمام‌وقت
- توسعه‌ی سریع
- کیفیت بالا
- تنوع محصول
- ارتقای محصولات قدیمی

و در محصولات غیر فیزیکی، پرداخت بعد از مصرف به میزان توان مصرف‌کننده و رضایت محصول را نام برد.

تبلیغات

برعکس سیستم سرمایه‌داری که تبلیغات نقش اصلی را در فروش محصولات ایفا می‌کند، در سیستم اقتصادی دانش آزاد تبلیغات نقش تعیین‌کننده‌ای ندارد.

نیاز به مصرف‌کننده‌ی بیشتر در محصولات انحصاری، نیازمند تحقیق و تفکر بیشتر است اما یکی از دلایل این کار می‌تواند از دست دادن مشتریان به مرور زمان یعنی بعد از مصرف محصول باشد که این خود می‌تواند دلایل متفاوتی داشته باشد. شاید یکی از این دلایل نارضایتی مصرف‌کنندگان از کیفیت محصول یا پشتیبانی آن باشد.

کمبود تبلیغات در سیستم اقتصادی دانش آزاد حاصل چند عامل تاثیرگذار است:

- ۱- نبود سرمایه‌ی کافی برای تبلیغات که یک عامل جبری شناخته می‌شود.
- ۲- نبود نیاز به تبلیغات (رقابتی) از طرف تولیدکننده و جایگزینی آن با تبلیغات مصرف‌کنندگان
- ۳- تبلیغات آگاهی‌رسان که هزینه‌ی آن میان تمامی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تقسیم می‌شود.

تبلیغات رقابتی

نوعی از تبلیغات که توسط یک تولیدکننده انجام‌شده و هدف آن پیشی گرفتن از دیگر تولیدکنندگان در جذب مشتری برای یک محصول مشابه است.

در اینگونه از تبلیغات روزه‌روز میزان تبلیغات از طرف تولیدکنندگان محصولات مشابه، بیشتر می‌شود و اغلب به سمت فریب مصرف‌کننده و بزرگنمایی محاسن محصولات می‌انجامد و هر تولیدکننده‌ای در انجام این کار موفق‌تر عمل کند، پیروز رقابت است.

نکاتی پیرامون تبلیغات رقابتی:

- تولیدکننده‌ای که واقعیت محصولات خود را بیان کند، حتی در صورت بهتر بودن محصولش نمی‌تواند در این رقابت پیروز شود. اثر این اتفاق می‌تواند به شدت جامعه را به سمت بی‌اخلاقی دروغ سوق دهد.
- هزینه‌های اینگونه از تبلیغات در سیستم سرمایه‌داری بخشی از هزینه‌ی تولید تلقی شده و بر روی قیمت محصول تولیدی کشیده می‌شود و این جامعه است که هزینه‌ی آن را پرداخت می‌کند. به عبارتی جامعه هزینه‌ی دروغ‌گو شدن تولیدکنندگان خود را پرداخت می‌کند.

تبلیغات آگاهی‌رسان

اینگونه از تبلیغات بر روی تولیدکنندگان تمرکز نداشته و بجای آن بر روی لزوم استفاده از محصولات تأکید دارد.

در این روش تمامی تولیدکنندگان بر روی استفاده از محصول خاصی تمرکز می‌کنند، نه بر روی تولیدکننده‌ای خاص.

نکاتی پیرامون تبلیغات آگاهی‌رسان:

- همانگونه که از نام اینگونه از تبلیغات مشخص است هدف، بالا بردن سطح آگاهی جامعه است. این روش مکمل و جزئی از سیستم آموزشی دانش آزاد حساب می‌شود.
- اینگونه از تبلیغات به عنوان برطرف‌کننده‌ی خلغ‌های آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به مرور زمان به سمت کم‌تر شدن پیش خواهد رفت.
- چون از جنس آموزش است بر صداقت استوار بوده و نقطه‌ی مقابل تبلیغات رقابتی است.
- در این روش هزینه‌ها بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تقسیم می‌شود و هزینه‌ای به جامعه تحمیل نخواهد شد.

لزوم تبلیغات

در سیستم اقتصادی دانش آزاد لزومی به تبلیغات رقابتی نیست.
در سیستم سرمایه‌داری راه‌کاری برای حذف یا تصحیح تبلیغات رقابتی نیست.

روش تبلیغات

یکی از خصوصیات سیستم دانش آزاد مخالفت کامل با اهرم‌های جبری است. به همین دلیل در سیستم آموزشی خود نیز، آموزش را بصورت آزاد و خود خواسته در اختیار افراد جامعه قرار می‌دهد و صرفاً جنبه‌ی آگاهی‌بخشی در لزوم کسب دانش را مد نظر خود قرار داده است. تبلیغات آگاهی‌رسان نیز به عنوان بخشی از سیستم آموزشی دانش آزاد، به هیچ‌وجه تحمیلی نیست و ورودی به حریم شخصی افراد جامعه انجام نمی‌دهد درصورتیکه در سیستم سرمایه‌داری، تبلیغات رقابتی از هر فرصتی برای ورود به حریم شخصی افراد جامعه استفاده می‌کند. از این رو امروزه کمتر مکانی یافت می‌شود که تبلیغات رقابتی سیستم سرمایه‌داری در آن مشاهده نشود.

یا علی

مکانیسم رفتاری نظام سرمایه‌داری

هدف: هدف اول و آخر این سیستم، کسب سود بیشتر و درآمد بالاتر برای صاحبان تولید است.

روش: سرمایه‌داران هرگونه هزینه‌ای را به منظور دریافت سود بیشتر انجام می‌دهند.

شرح: هرگونه مکانیسمی که بتواند با هزینه‌کرد کم‌تر موجب کسب درآمد بیشتری شود در این سیستم مجاز است.

مثال:

- ربا - نزول - وام:
ماهیت اصلی اینگونه از روش‌ها این است که ثروتمندان سرمایه‌ی محدودی را در ازای تضمین محکم (که همانند پول نقد است و همیشه بیش از مقداری است که در اختیار مشتری قرار داده شده است) در اختیار فرد متقاضی قرار داده و بدون توجه به اینکه این سرمایه سودآور بوده یا خیر، اصل و سود و در مواردی دیرکرد سرمایه‌ی خود را از آن فرد دریافت می‌کنند.
- تبلیغات:
سرمایه‌داران هزینه‌هایی را برای در اختیار گرفتن مکانی خاص از صاحب آن به منظور انجام تبلیغات انجام می‌دهند و از طرف مقابل هزینه‌ای بیشتر از آنچه برای تبلیغات انجام داده‌اند را از سود فروش محصولات خود، از همان فرد (با واسطه جامعه) دریافت می‌کنند.
- سودهای سپرده:
در اغلب موارد و در بهترین حالت سرمایه‌ی افراد خرد جامعه را گرفته و با آن محصولات خود را تولید کرده و مبلغی بیش از میزان سودی که به افراد جامعه می‌دهد، از جامعه کسب می‌کند (هم از افرادی که سرمایه‌ی آنان را در اختیار گرفته و هم همه‌ی افراد جامعه).

ابزار: بهترین و گسترده‌ترین ابزار نظام سرمایه‌داری برای رسیدن به اهداف خود، بانک است. (پاورقی: پول نیز یکی از مهم‌ترین این ابزارها است که به علت باورهای فعلی افراد اجتماع نسبت به فواید پول و همچنین پیچده بودن توضیح آن، نمی‌توانیم در اینجا آن را باز کنیم. صرفاً همین نکته را بگوییم که پول فقط باید ابزاری برای تسهیل تجارت باشد و نه بیشتر از آن) بانک‌ها به بهانه‌ی پرداخت سود (و اغلب به بهانه‌ی جایزه و نه حتی پرداخت سود) سرمایه‌ی افراد جامعه را از آن‌ها گرفته و سودی چند برابر برای خود و هزینه‌ای چند برابر را به همان افراد و دیگر افراد جامعه تحمیل می‌کنند.

تذکر: افرادی از جامعه که مالک سرمایه‌های خرد هستند اغلب به سمت جایزه‌ها رفته و افرادی که دارای سرمایه‌های نسبتاً متوسطی هستند به سمت سپرده‌های سودآور می‌روند. دسته‌ی اول بیشترین میزان سرمایه را دارا می‌باشند و بیشترین سود را به بانک‌ها (نظام سرمایه‌داری) می‌رسانند ولی در عوض کمترین منفعت را می‌برند.

در این سیستم شما باید حتماً سرمایه‌ای در چرخه تولید داشته باشید تا بتوانید در این میان مقداری از ضرر خود بکاهید و بر سود خود بی‌افزایید.

برآیند کلی این سیستم می‌شود افزایش فشار اقتصادی بر اقشاری از جامعه که نمی‌توانند تولیدکننده (سرمایه‌دار) باشند و سرازیر شدن دستمزد این افراد در جیب سرمایه‌داران (به خصوص سرمایه‌داران کلان سیستم).

حال درست یا نادرست بودن کسب سود از این طریق مقوله‌ی دیگری است.

برداشت اشتباه:

اینکه سیستم سرمایه‌داری در راستای پیشرفت جامعه و راحت‌تر کردن زندگی افراد جامعه گام برمی‌دارد، دروغ محض بوده و تنها اگر پیشرفت جامعه تامین‌کننده‌ی سود بیشتر برای سرمایه‌داران باشد، این نظام این کار را خواهد کرد ولی این پیشرفت به هیچ شکلی راحت‌تر شدن زندگی افراد جامعه را در پی نخواهد داشت.

مکانیسم رفتاری سیستم دانش آزاد

هدف: هدف اول و آخر این سیستم افزایش آگاهی افراد جامعه است.

روش: در دسترس قرار دادن دانش برای همه ی اقشار جامعه.

شرح: در دسترس بودن دانش برای همه، باعث افزایش آگاهی و افزایش آگاهی باعث اصلاح روابط اجتماعی و سیستم تولید خواهد شد.

مثال:

- اسلام
- نرم افزار آزاد

آثار:

- ایجاد روابط انسانی بین افراد جامعه (استاد و شاگرد - تولیدکننده و مصرف کننده - توانا و ناتوان)
- حل مشکل اقتصادی افراد جامعه
- حل مشکل زندگی و پیشرفت جامعه