

نیم‌نگاهی به تجربه‌ی مسافرکشی در اسنپ

من یک راننده‌ام. اما اشتباه نکنید. آخر رانندگی انواعی دارد. بعضی‌ها رانندگی عشق‌شان است و از آن لذت می‌برند، برخی برای خوش‌گذرانی گه‌گاه تفریحی می‌رانند، عده‌ای نیز راننده‌ی مسابقات هستند و در تکاپو و شور و هیجان جوایز مختلف زندگی می‌کنند. اما در واقع رانندگی کار من است. کار به معنی آن‌چه که تنها داشته‌ی کارگر است؛ نیروی کار من به شکل رانندگی درمی‌آید و در راه به مقصد رساندن مسافران در ازای مقدار مشخصی پول به فروش می‌رسد. من یک مسافرکش هستم. واسطه‌ی به فروش رساندن و کسب درآمد از رانندگی برای من پرایدی است که با وام ازدواج خریداری شده است. من نه عشقی به ماشین و رانندش دارم، نه فرصت چندانی برای اوقات فراغت و تفریح دارم و نه ماشین را وسیله‌ای برای کسب جایزه می‌دانم. رانندگی انتخاب من نبوده، و همین اجبار به کسب درآمد روزانه و تأمین معاش حداقلی و بازتولید توان بدنی برای فردا، فرصت فراغت و استراحت را از من و خانواده‌ام گرفته است.

من به معنای دقیق کلمه راننده نیستم، بلکه مسافربر یا مسافرکش اسنپ هستم؛ کارگری که کارش جابه‌جایی مسافران است. در چارچوب شرکت اسنپ، مسافرکشی و رانندگی کردن نیز به مانند سایر کارها، صرف نیروی کاری است که در جامعه‌ی سرمایه‌داری به شکل کالا درمی‌آید و به فروش می‌رسد. کار مسافرکشی، فرسودن قوای ذهنی‌بدنی به‌منظور کسب معاش است، بدون هیچ‌گونه تحقق خویشتن. ساعت‌ها باید مشغول پا بر روی پدال گذاشتن باشی و مسافران را به مقصدشان برسانی.

یکی از تفاوت‌های اصلی مسافرکشی با بسیاری از کارها این است که هیچ نوع کالای مادی‌ای در آن تولید نمی‌شود. شرکت غول اسنپ شرکت تولیدی‌ای است که کالایی خدماتی تولید می‌کند: جابه‌جایی مسافر. مسافر به‌منزله‌ی مصرف‌کننده در حین انجام کار مسافرکشی کالای خدماتی تولیدی را مصرف می‌کند. یعنی بین تولید و مصرف این کالای خدماتی فاصله‌ی زمانی‌ای وجود ندارد. در ظاهر رانندگی کردن خدمتی شخصی به مسافر است. این موضوع در مورد مسافرکشان عادی سطح شهر پذیرفتنی است. لیکن برای رانندگان شرکت‌هایی چون اسنپ و تپسی خیر. رانندگان این شرکت‌ها با تولید کالای خدماتی، کارگران مولدی هستند که برای شرکت‌های مذکور ارزش افزوده تولید می‌کنند. در این‌جا منظور این است که با این‌که مسافرکشی به حیطة اقتصادی خدمات مربوط است، اما کالای خدماتی نیز در جامعه در فرآیند استخراج ارزش اضافی از

کارگر توسط سرمایه‌دار خلق شده است. شرکت‌هایی شبیه اسنپ در ایران و جهان خدمات مسافرکشی، که در تعداد خیلی زیاد و با جریان پولی بزرگ و توسط مسافرکش‌های شخصی انجام می‌شد، را تبدیل به کالای خدماتی کردند و این امر بدون فن‌آوری نوین اطلاعاتی و اینترنتی و مسیریاب‌ها و گوشی‌های همراه نسل جدید ممکن نبود. یعنی دانش و تکنیک نوین زمینه‌ی کسب‌وکارهای نوین و کارگر کردن اقشاری را به وجود می‌آورد که سابق بر این در این مقیاس ممکن نبودند. با شروع به کار شرکت‌های بزرگی چون اسنپ، تاکسی‌های تلفنی نیز ماستشان کیسه شد و تقریباً قریب به اتفاق آن‌ها پلاستشان را جمع کردند. این امر نیز قانون تمرکز و تراکم سرمایه و غلبه‌ی سرمایه‌های بزرگ بر سرمایه‌های کوچک را در نظام سرمایه‌داری به اثبات می‌رساند. مانند تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ مثل جانبو، کوروش، هفت و ... که بساط سوپرمارکت‌ها را جمع می‌کند.

شرکت‌هایی مثل اسنپ و تپسی در ظاهر برای مسافرکش بازاریابی می‌کنند و کمیسیون بازاریابی خود را از راننده اخذ می‌کنند. در صورتی که قضیه برعکس است. چنین شرکت‌هایی با تبدیل مسافرت درون‌شهری به کالای خدماتی و با استفاده از خودروهای شخصی افراد، در واقع رانندگان مسافرکش را تبدیل به کارگرانی می‌کند که در حال تولید ارزش اضافه برایشان هستند. این موضوع مثل عملکرد اپلیکیشن‌های دیگری مانند بنا یا آچار است. چنین شرکت‌هایی نیز کارهایی چون تعمیرات تأسیساتی ساختمان‌ها، کاشی کاری و بنایی و ... را که سابق بر این توسط کارگرانی نامولد و به صورت شخصی انجام می‌شد را در زمینه‌ی فناوری‌های نوینی که ذکرشان رفت تبدیل به کسب‌وکاری کردند که همان کارگران نامولد را بدل به کارگرانی مولد می‌کنند که برای این شرکت‌ها ارزش افزوده تولید می‌کنند.^۱

کار مسافرکشی به کارگیری توان بدنی و ذهنی راننده در جامعه‌ی مبتنی بر مالکیت خصوصی سرمایه‌داری است و از منظر تقسیم کار اجتماعی در بخش تولید خدمات قرار می‌گیرد. در نظام سرمایه‌داری، افراد از منظر جایگاه طبقاتی در دو طبقه‌ی اساسی قرار می‌گیرند: طبقه‌ی سرمایه‌دار و طبقه‌ی کارگر. در میان این دو طبقه، طبقات اجتماعی دیگر نیز وجود دارند. لیکن این دو طبقه، طبقه‌های اصلی جامعه در دوران سرمایه‌داری هستند. شالوده‌ی تفکیک این دو طبقه از همدیگر مالکیت خصوصی است: مالکیت ابزار و وسایل تولیدی. بورژوازی مالک وسایل تولید است و طبقه‌ی کارگر مالک چیزی نیست غیر از توان و نیروی کارش که در اشکال مختلف باید به فروش بگذارد. بنابراین بهتر است بگوییم این دو طبقه نه تنها از هم تفکیک می‌شوند، بلکه متضاد همدیگر هم هستند؛ متضاد از نظر منافع و آینده‌ی جامعه. رانندگان یا بهتر بگوییم مسافرکشان اسنپ نیز

^۱ مولد یا نامولد بودن کار در جامعه‌ی سرمایه‌داری با توجه به مفید بودن یا نبودن آن تعریف نمی‌شود، بل که در ارتباط آن با سرمایه تعریف می‌شود. بدین معنا که آیا کارگر توسط سرمایه‌دار به کار گرفته شده و کارش باعث تولید ارزش اضافی برای سرمایه‌دار می‌شود یا خیر. به‌طور مثال معلم مدارس دولتی کارگر نامولد است، ولی همین معلم در مدارس خصوصی و غیرانتفاعی بدل به کارگر مولد می‌شود.

بخشی از طبقه‌ی کارگر هستند که نیروی کارشان را به فروش می‌گذارند و منافعشان در گرو کشف و به دست آوردن منافع سایر کارگران و اتحاد با آنان بر اساس سیاست مبتنی بر منافع طبقاتی خودشان است.

در کنار رانندگی من، همسر من صنایع دستی تهیه می‌کند و از طریق بساط کردن، تعدادی را می‌فروشد. ما وسایل بساط را نیز با همین پراید جابه‌جا می‌کنیم و گاهی به دلیل خستگی در حین فروش، همسر من در آن چرتی می‌زند، اگر بشود. مجموع درآمد ماهیانه‌ی ما روی هم نمی‌تواند لحظه‌ای فکر ما را از استرس فردا و رویدادهای احتمالی‌ای که حل‌شان راهی غیر از شاه‌کلید پول ندارد، رها کند. تمام جوانب زندگی ما حول محور کسب پول تمرکز می‌یابد و سیطره‌ی بقا، شبی دم‌افزون در زیست ما گشته است. حقیقتاً ماشین هم خرجش زیاد است و پراید ما مشکلاتی دارد که می‌ترسیم به تعمیرگاه ببریمش، چون خرج مکانیکی زیاد است. روی چال بردن خودش بیش از پانصد هزار تومان خرج دارد. پانصد هزار تومانی که باید به اندازه‌ی پنج ساعت کار کنی که بتوانی این مبلغ را کسب کنی. باید این را هم در نظر بگیریم که راننده به‌منظور تجدید نیروی خود، به مقداری استراحت در اثنای ساعات کاری نیاز دارد. در حین رانندگی کردن، واحد شمارش گذر زمان برای من، تعداد مسافری است که به مقصد رسانده‌ام. به همین دلیل زمان برای من شمارشی پولی دارد. این واقعیتی است که در مورد زندگی تمام کارگران در شاخه‌های مختلف تولیدی صدق می‌کند. ما کارگران گذران زمان و عمرمان را برحسب پولی که با مصرف شدن نیروی کارمان در زمان کار به دست می‌آوریم، اندازه‌گیری می‌کنیم و کیفیت آن را می‌سنجیم. پول به خداوندگار ما بدل شده است. زندگی به صورت معمایی درآمده است که تمام پازل‌هایش بر مدار پول می‌چرخند. ریشه‌ی این کالایی شدن و پولی شدن زندگی انسانی در جامعه‌ی سرمایه‌داری را باید در مالکیت عده‌ای معدود بر ابزارهای تولید جست؛ انسان‌هایی زالوصفت، سرمایه‌دارانی که از زحمت و عرق ریختن ما تغذیه می‌کنند و روز و شب‌شان را در سودای بیشینه‌کردن ثروت‌شان زندگی می‌کنند. آن‌ها روزبه‌روز ثروتمندتر و فربه‌تر می‌شوند، ما تهیدست‌تر و تکیده‌تر.

بازگردیم به رانندگی و مسافرکشی؛ مسافرکشی کاری فاقد هرگونه خلاقیت و فعلیت‌بخشیدن به توانایی‌ها و علائق انسان است. کار باید پلی ارتباطی مابین انسان با انسان، انسان با کلیت جامعه، انسان با طبیعت و انسان با فرآیند کار، تولید و خدمات ایجاد نماید. اما آنچه در مسافرکشی اتفاق می‌افتد، از بین رفتن تمامی این جنبه‌ها و ابعاد اصالت و ماهیت کار است. کار جوهر انسان است؛ به این معنا که آدمی خودش را در کارش درمی‌یابد و تحقق می‌بخشد. مسافرکشی به‌ویژه در اسنپ، برجستگی این فقدان‌ها را نشان می‌دهد. من از طریق اپلیکیشن اسنپ مسافرکشی می‌کنم. اسنپ برنامه‌ای است که افراد زیادی به‌عنوان راننده عضو هستند. البته اسنپ در حال حاضر در کنار بخش حمل و نقل، شامل بخش‌های دیگری نظیر خرید و سفارش غذا، سوپر مارکت، اسنپ دکتر و مشاوره‌ی پزشکی، روان‌شناسی و ... نیز می‌شود. اما بیش‌ترین فعالیت آن در بخش مسافرکشی و حمل و نقل است. اسنپ شرکتی است که یک پلتفرم آنلاین را برای عرضه‌ی خدمات مذکور شامل می‌شود. اسنپ نام تجاری شرکت «ایده‌گزين ارتباطات روماک» است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۳ شروع کرده است. اسنپ شرکتی بسیار گسترده است که تعداد کارکنان و کاربران‌ش حاکی از این موضوع

است. در حال حاضر اسنپ بیش از ۶۵۰۰ نفر پرسنل شرکتی دارد که بسیاری از ایشان نیز کارگر این شرکت هستند، به جز عده‌ی قلیلی که در سمت‌های مدیریتی، جایگاه طبقه‌ی متوسط را اشغال کرده‌اند. تعداد کلی کاربران اسنپ در تمام بخش‌ها یا به عبارتی سوپر اپ اسنپ بیش از ۶۲ میلیون نفر است. محبوب‌ترین سرویس‌های اسنپ به ترتیب خودرو، غذا، سوپرمارکت و اسنپ دکتر است. در بخش تاکسی اینترنتی، اسنپ بیش از ۹۰ درصد بازار را در اختیار دارد. رکورد سفرهای اسنپ در یک روز بیش از چهار میلیون و در یک سال بیش‌تر از یک میلیارد سفر بوده است. در رابطه با درآمد جالب است بدانید که میانگین درآمد ماهانه‌ی یک راننده‌ی تمام‌وقت در سال ۱۴۰۱، برابر ۱۶ میلیون تومان بود. نیم‌نگاهی به مخارج زندگی از جمله اجاره‌ی مسکن و مواد خوراکی، ناکافی و ناچیز بودن درآمد حتی یک راننده‌ی تمام‌وقت را نشان می‌دهد. ذکر این نکته لازم است که این درآمد برای رانندگان تمام‌وقت در کلان‌شهرها بوده است. در شهرهای کوچک‌تر، با توجه به کم بودن کرایه‌ها، درآمد رانندگان بسیار کم‌تر است. لازم به ذکر است که هزینه‌ی تعمیرات و استهلاک ماهانه‌ی اتومبیل را باید از این عدد کم کرد تا درآمد ماهیانه‌ی کارگران راننده‌ی اسنپ واقعی شود.

ما در این جا از ذکر آمارهای مربوط به سایر سرویس‌های سوپر اپ اسنپ صرف‌نظر می‌کنیم. اما همین نگاه گذرا به بخش اسنپ‌خودرو گویای فراگیری اسنپ در کشور است که غلبه‌ی منطق بازار و سودآوری سرمایه‌داری را در تمام‌عرصه‌های زندگی اجتماعی و در گوشه‌گوشه‌ی ایران نشان می‌دهد.

برگردیم به ادامه‌ی موضوع: رانندگان طبق قراردادی که مابین رانندگان و اسنپ وجود دارد، به استخدام این شرکت به‌عنوان راننده درمی‌آیند. این قرارداد یک قرارداد مابین شرکتی خصوصی و کارگر-رانندگان است. این یک "قرارداد خصوصی" است، بدین‌معنا که «شرایط تنظیم و اجرای آن در قانون، مشخص نشده است و شرایط اجرای این قراردادها به‌واسطه‌ی توافق میان طرفین آن مشخص می‌شود.» در این جا دولت و نهادهای مربوطه‌اش دخالتی در آن ندارند و صرفاً نباید مخالف صریح قوانین آمره یا لازم‌الاجرا باشد. همان‌طور که ذکر شد در این قراردادها شرایط تنظیم و اجرا بر طبق توافق طرفین است. پرواضح است که در مورد اسنپ، طرفین پیشاپیش در جایگاه‌های متفاوت اجتماعی به‌عنوان مالک ابزار تولید یا سرمایه‌دار و کارگر یا فروشنده‌ی نیروی کار قرار دارند و به‌عبارتی قرارداد پیشاپیش قراردادی استثماری و بهره‌کشانه است. تفاوت اصلی‌ای که در قرارداد اسنپ با رانندگان به نسبت سایر شرکت‌های خصوصی وجود دارد این است که قرارداد به کلی از شمول قانون کار خارج است. در این قرارداد، رانندگان از بیمه برخوردار نیستند. شرکت اسنپ هیچ تعهدی در برابر حوادث احتمالی برای رانندگان و وسیله‌ی نقلیه‌ی آنان ندارد. پا پس کشیدن از بیمه‌ی رانندگان توسط اسنپ، نشان عریان بهره‌کشی از آنان است: تبدیل رابطه‌ی انسانی به رابطه‌ی ابزاری عریان و انتزاع کامل کار از زندگی انسانی. هم‌چنین عیدی و سنوات یا پاداش پایان کار وجود ندارد و مفهومی به‌عنوان بازنشستگی تعریف نشده است؛ مقولات ساعات کار و مرخصی نیز غایب‌اند؛ راننده هر ساعتی از شبانه‌روز می‌تواند کار کند و هر برهه‌ای از سال را به مرخصی بگذراند. به‌ظاهر، راننده خود کارفرمای خودش است؛ خویش‌فرمایی‌ای کاذب. آزادی بی‌کران این قرارداد به دلیل تک‌افتادگی کارگر-رانندگان در برابر منطق سودآوری سرمایه است. این قرارداد

به شکلی یک طرفه طراحی شده است و راننده‌ای که ابزار و وسیله‌ای غیر از ماشین‌اش برای گذران زندگی ندارد، ناچار است این قرارداد را قبول کند. این قرارداد ترکیبی از موضوعات مالی و هنجاری است. بخش مالی شامل نحوه‌ی پرداخت و برداشت مالی در اپلیکیشن و بخش هنجاری نیز، باید و نبایدهای رفتاری و اخلاقی راننده و مسافر است. کلیت برنامه‌ی اسنپ به دلیل اینترنتی بودن آن، نشانی از بیگانگی انسان از فرایند کار است؛ در موقع بستن قرارداد، راننده فردی است که استیصالِ معیشتی او را وادار به امضای قراردادی می‌کند که حتی اکثریت رانندگان انرژی و زمان خواندن آن را ندارند و اگر هم بخوانند باز ناگزیر از امضاء و قبول آن هستند. بستر اینترنت خود نیز بر این بیگانگی می‌افزاید، زیرا شرکت اسنپ را به پدیده‌ای موهومی بدل می‌کند که تنها حضورش، نمایه‌ای است که بر روی گوشی موبایل وجود دارد و حضورش را با پیام‌های واریز و برداشت پولی می‌شود حس کرد. این از بین رفتن روابط انسانی در سایه‌ی کالایی‌شدن مناسبات انسانی را در رابطه‌ی بین مسافر و مسافرکش هم می‌توان دید. اگر به مسافرکشی از طریق تاکسی‌ها و در دهه‌های گذشته نگاهی بیندازیم متوجه می‌شویم که تاکسی‌ها خود محلی برای شکل‌گیری مباحثات اجتماعی و بعضاً سیاسی است، اما مابین راننده‌ی اسنپ و مسافر نسبتی غیر از بیگانگی و استفاده‌ی مبتنی بر عقلانیت ابزاری وجود ندارد؛ راننده کارگر حمل و نقل است و مسافر دخل کسب نان. قرارداد اسنپ نیز خود حاکی از این مسئله است؛ قراردادی که کاملاً هنجاری است، نمی‌تواند پیامی غیر از این داشته باشد که هرگونه ورود به فضای شخصی مسافر یا راننده ممکن است به وقوع مسئله‌ای منجر شود که پیگرد قانونی و اخلاقی داشته باشد. فضای شخصی در جامعه‌ی سرمایه‌داری چیزی غیر از بیگانگی انسان‌ها از یکدیگر و نگاه ابزاری آن‌ها به یکدیگر نیست.

مسافرکشی از طریق برنامه‌ی اسنپ در درجه‌ی اول مبتنی بر نیاز اجباری مسافرکش به کسب درآمد با فروش نیروی کارش و به میانجی وسیله‌ی نقلیه‌ی شخصی‌اش است. نکته‌ای که در این رابطه جالب است این است که در جامعه‌ی سرمایه‌داری همواره بر فضای شخصی و تفکیک امورات مبتنی بر تقدس فرد تأکید می‌شود، اما این در حالی است که جایگاه طبقاتی مسافرکش به‌عنوان کارگر-راننده وی را وادار به استفاده‌ی کاری از خودروی شخصی‌اش، که به شکل هم‌زمان وسیله‌ی تفریح و ... می‌تواند باشد، می‌کند. همین‌جا مشخص می‌شود که با وجود پذیرش عام تقدس فرد و تحقق فرد و تفکیک امورات و تقدس زندگی شخصی، این امور در رابطه با طبقه‌ی بورژوا است که متحقق می‌گردد. بنابراین فردگرایی، موضوعی طبقاتی است و طبقه‌ی کارگر علیه آن می‌ایستد.

موضوع دیگر این است که مسافرکشی در بستر اینترنتی برنامه‌ی اسنپ دامن‌گستر شدن سرمایه‌داری را به حوزه‌ی مسافرکشی ورای سازمان تاکسیرانی و خودروهای شخصی دربستی نشان می‌دهد. اسنپ و تپسی و ... حرص و طمع سرمایه‌داری را برای حرکت سرمایه به گوشه و کنار زندگی اجتماعی نشان می‌دهند. سرمایه‌داری از طریق شرکت‌های حمل و نقل می‌گوید: شما کارگر راهی غیر از مستقیماً به زیر یوغ سرمایه آمدن ندارید و من سرمایه‌دار به حمایت سرمایه و قانون شما را به کارگر خودم تبدیل می‌نمایم. جامعه‌ی مدنی نیز تشنه‌ی نظم مبتنی بر فردیت است و برای سادگی، راحتی، تن‌پروری و حفظ حریم شخصی در اسنپ به نسبت

مسافرکشی‌های گذشته هورا می‌کشد. این جاست که کارگرواننده راهی غیر از قبول قرارداد با شرکت‌های مدافع نظم و حریم شخصی و تسهیل‌گر حمل و نقل ندارد. نظمی که تابوی "شهروند" را می‌سازد، دنده‌ها، کمرها، پاها و مفاصل کارگران را پشت فرمان تحلیل می‌برد. چنین تجربه‌ای از رابطه‌ی فرد با فرد از طریق مسافرکشی در اسنپ، در دریافت این افراد از رابطه‌ی فرد با جامعه را نیز اثر می‌گذارد. حقیقتاً برای راننده‌ای که اجبار امرار معاش روزانه او را به پشت فرمان و راندن در همهمه‌ی بزرگراه‌ها و کوچه پس کوچه‌های شهر کرده است، پیشاپیش جنگ بقا جای پیوند اجتماعی را گرفته است. این جنگ بقا باید به سیاست رهایی طبقه‌ی کارگر از دست گرگ‌های سرمایه‌دار تبدیل کرد. کارگران خود باید اقدام به سازماندهی خویش و مبارزه با نظام سرمایه‌داری بکنند.

موضوعی دیگر در رابطه با قرارداد که دارای اهمیت است، کمیسیون سفرهای انجام‌شده است. کمیسیون مبلغی است که اسنپ برای هر سفر انجام‌شده از هزینه‌ی سفر برداشت می‌کند. کمیسیون یا سود شرکت اسنپ دقیقاً همان دلیل وجودی آن است. اسنپ و سایر شرکت‌های این‌چنینی درصدی از زحمت ما مسافرکش‌ها را به جیب خود می‌زنند، تنها به این دلیل که سرمایه‌ی راه‌اندازی چنین کسب و کاری را داشته‌اند. سرمایه، رابطه‌ای اجتماعی بین آن‌هایی است که مالک آنند و آن‌هایی که خالقش؛ بین سرمایه‌داران و بین کارگران. سرمایه رابطه است و خارج از این ارتباط هیچ مسیری برای ارزش‌افزایی و انباشت آن وجود ندارد. در قرارداد بین رانندگان و آبرشرکت اسنپ، هیچ اشاره‌ای به درصد و مبلغ کمیسیون نشده است. اما با توجه به تجربه‌ی شخصی‌ام در اسنپ و محاسبه‌ی میزان کمیسیون در کلان‌شهرها، مبلغش مابین ۱۵ تا ۱۷ درصد است و در مابقی شهرها حدود ۲۰ درصد. برای مثال اگر هزینه‌ی یک سفر ۳۰ هزار تومان باشد، کمیسیون آن ۵ هزار تومان می‌شود. جدای از مبلغ کمیسیون، که به ازای هر سفر انجام شده از ناخالص دریافتی راننده کسر می‌شود، به هنگام انتقال پول از حساب شرکت به حساب بانکی راننده، مبلغی ۱۰ هزار تومانی از خالص دریافتی نیز کسر می‌گردد. هم‌چنین مبلغی معادل ۲ درصد از هزینه‌ی سفر اعلامی نیز در کلان‌شهرها توسط اسنپ به‌عنوان هزینه‌ی خدمات شهری کسر و به حساب شهرداری محل فعالیت کارگرواننده پرداخت می‌شود. به این ترتیب مجموعاً معادل ۱۸ تا ۲۰ درصد هزینه‌ی اعلامی سفر کسر و خالص آن به حساب راننده واریز می‌گردد. هم‌چنین اسنپ به ازای طی کردن هر ۳۰۰ کیلومتر مسافت معادل هشت لیتر بنزین پول به حساب رانندگان واریز می‌کرد. این واریزی‌ها از اواسط تابستان سال ۱۴۰۲ قطع شده است. هشت لیتری که برای ماشینی مانند پراید می‌تواند برای تقریباً ۹۰ کیلومتر کافی باشد. سهمیه‌ی دولتی بنزین نیز ۶۰ لیتر است و برای مسافرکشی بیش از دو روز کفایت نمی‌کند. بقیه‌ی روزها رو باید بنزین به نرخ آزاد تهیه کنیم، بنزینی که در آبان ماه سال ۹۸ موضوع اعتراضات خیابانی شد، خیزشی که در حیطه‌ی امور معیشتی قرار می‌گرفت و جان صدها نفر را گرفت. اما این خیزش به دلیل عدم سازماندهی، بیشتر به خشمی برافروخته می‌ماند که سرعت افولش به اندازه‌ی شعله‌ور شدنش سریع بود. تا زمانی که طبقه‌ی کارگر نتواند آگاهی از آن خود و به نفع برچیدن مناسبات طبقاتی و مالکیت خصوصی را برسازد، جان جوانان خود را بیهوده و بدون هیچ دستاورد

طبقاتی‌ای صرف جنبش‌های لیبرالی و دموکراسی خواه می‌کند. دموکراسی‌ای که در واقعیت نتیجه‌ای غیر از یک نظم بورژوازی منظم‌تر برای بهتر استثمار کردن کارگران نیست.

در آخر باید بگوییم که مسافرکشی در اسنپ، تجربه‌ای نوین از فروش نیروی کار، استثمار و هرچه بیش‌تر فراخ‌شدن دامنه‌ی اجتماعی سرمایه‌داری است؛ کارگری بر بستر اینترنت و فضای آنلاین به‌تبع تجربه‌ی سویه‌های جدید از خودبیگانگی است. آن‌چه که استثمار دم‌افزون طبقه‌ی کارگر را نشان می‌دهد.

افق‌رهایی کار و کارگر روزبه‌روز هویداتر می‌شود، و بر ما کارگران است که این افق را با سبک‌کار و سیاست صحیح طبقاتی دست‌یافتنی‌تر سازیم. کارگران راننده‌ی شرکت‌هایی چون اسنپ در یک جا و مکان مشخص شبیه کارخانه مجتمع نیستند و در سطح شهرها پراکنده‌اند. لیکن منافع مشترک آن‌ها با یکدیگر و با باقی هم‌طبقه‌ای‌هایشان می‌تواند آن‌ها را به سمت اتحاد با هم بکشاند تا بتوانند علیه شرکت‌های خصوصی‌ای چون اسنپ و تپسی متحد شوند.