

## PLATFORM-KAPITALIZMUS:

**a gazdaság, melyben nem piacokért, nyersanyagokért, hanem az adatokért folyik a harc**

*(Kösd össze és uralkodj!)*

Hajdanában az országok területekért harcoltak. Az I. világháború azért tört ki, mert Németország kimaradt a gyarmatosításból. A tőkének kellett a piac, és amint Rosa Luxemburg megjósolta, ha már nem lesz új elfoglalható terület, kitér a háború a világ újrafelosztásáért. Azt is megszoktuk, hogy trópusi termékekért, nyersanyagokért, olajért folyt a harc. Ez vezérelte az Egyesült Államok közel-keleti háborúit. Amerika hadi költségvetéséből évente 50 milliárd dollár az olaj megszerzését szolgálta. (Most, hogy felfedezték a palagázt, amiből már exportra is futja, láthatóan alábbhagyott a harciassága.)

Szép új világunkban a háború már az adatokért folyik. Ezt szoknunk kell. A Facebook 31 éves vezérért az Economist idei, április 16-i számának címlapján kőbe faragott római császárként, MARCVS·ZUCKERBERGVS-ként ábrázolják. Egyik kezében az *f* logót tartja, míg a másik hüvelykje felfelé mutat. És micsoda találékonyság a felirat a szobor talapzatán! CONIVNGE·ET·IMPERA! Az informatika óriásai nem úgy akarják uralni a világot, hogy megosztják, hanem összekötik, összekapcsolják.



Digitális lavina szemtanúi vagyunk. 2012-ben a világ 2,8 milliárd terabájt adatot produkált. 2020-ra 40 milliárd várható. (A tera ezer milliárdot jelent.) Az írás hajnalától 2003-ig összesen 5 exabájtnyi (ezer ezer milliárd) információmennyiség keletkezett. 2012-ben bolygónk lakói minden tíz percben „megtermelték” ezt az információmennyiséget. Az interneten hozzávetőlegesen 1 trillió (ezer ezer milliárd) weboldal van.<sup>1</sup> Az özönvízszerűen áradó adatok felhasználásához új módszerekre és elméletekre van szükség. A statisztikák újabban már nem a szokásos módon, nem adatlekéréssel készülnek. Divatos szakma lett az adatbányászat. A statisztikusokat lassan felváltják az adattudósok. Az adatbányászok különféle elemzési módszerekkel, elméletekkel (következtetéselmélet) és matematikai formulákkal nyerik ki a szükséges összefüggéseket az irdatlan adattengerből. Amerikában az on-line kereskedelem adataiból az MIT rendszere 15 percenként (!) megújítja a fogyasztói árindexeket. (Egy hagyományosan működő statisztikai hivatalnak ehhez hónapokra van szüksége.) Minden szokásunk, érdeklődésünk minden rezdülése érték a „technológiai” cégek

<sup>1</sup> Lásd erről: [http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/mindenható\\_internet.pdf](http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/mindenható_internet.pdf)

számára. (Tudjuk, hogy keresésnél a Google „testre-szabottan”, azaz korábbi érdeklődésünknek megfelelően állítja rangsorba a találatokat. Nemrégiben kéményt béleltettem. Utána egy ideig az internet keresője kéretlenül tálalta a kéménybélelő cégeket. Repülőjegy-vásárlás után a légitársaságok hirdetései jönnek elő.)

Ipar 4.0-ról beszélünk, újraiparosításról. Ennek messze nem az a lényege, hogy az iparvállalat a gyártás során alkalmazza az informatikát és egyre tökéletesebb termékeket készít. A történet egyre kevésbé erről szól, hanem a gyártás és a termék informatikai, internetes kapcsolódásairól, beágyazottságáról. Hiába gyárt a Samsung tökéletes készülékeket, a babért (a profitot) a Google aratja le, mert a Samsung okostelefonjai az Androidot, a Google operációs rendszerét alkalmazzák. A szűken vett gyártási folyamat másodlagossá válik. Bármennyire is tökéletes a BMW autója, az informatikai rendszere egyre fontosabb lesz; és nem a motor vagy a futómű működése szempontjából, hanem a járműről és a vezetőjéről, annak szokásairól rendelkezésre álló adatok miatt. (Gondoljunk csak bele, micsoda kincseshánya egy autó navigációs rendszere: mi mindent tud vezetőjéről!) Bármennyire is tökéletes egy klímaberendezés, fontosabb lesz az a szoftver, az „intelligens termosztát”, amely a környezet, a háztartás más digitalizált berendezéseinek és a használó szokásainak az adatait tartalmazza. Az internetes cégek *platformnak* nevezik az adatok egy-egy termékhez vagy szolgáltatáshoz kapcsolódó gyűjteményét. A harc a világpiacon ma már nem az olajért folyik, hanem ezeknek az információs platformoknak a birtoklásáért.

És itt jön be az, ami az eddigi piaci logikával, üzleti szellemmel teljesen ellentétes: miután a nagy informatikai cégek megszerezték az adatokat, nem „ülnek rá”, nem sajátítják ki azokat, hanem „nyílt végű” szoftverekbe szervezik. Nyílt platformokat hoznak létre és kifejezetten bátorítanak mindenkit, beleértve a versenytársakat is, hogy használják az adatbázist, a rájuk épülő „apps”-eket. A platformok akkor prosperálnak, ha más cégek, legyenek akár konkurensok és fejlesztők, valamint a fogyasztók, használják őket. A hagyományos iparvállalatok saját tulajdonban gondolkoznak, és idegen tőlük a „sharing economy”, az, hogy licenceiket, intellektuális tulajdonukat megosszák.

Tavaly, nagy meglepetésünkre és örömünkre, a Microsoft ingyen rendelkezésünkre bocsátotta Word 10-es programját. A Tesla, az amerikai elektromos meghajtású autók gyártója közzétette licencét, hogy terjessze az új technológiát. Az Amazon új kereskedelmi szokást kezd kialakítani: azelőtt küldi az árut, mielőtt a fogyasztó azt megrendelné. Elmúlt az a világ, amikor a nagy cégek műszaki adatai hétpeccsés titoknak számítottak. Most nem ezek megszerzéséért, hanem a fogyasztók adataiért, a fogyasztási szokások, sőt, gondolataink, gondolkodásunk megismeréséért folyik a harc.

Régebben úgy tudtuk, hogy a bankok és az olajvállalatok a világ legnagyobb cégei. Egy idő óta már a Silicon Valley informatikai óriásai (a „technológiai” cégek) állnak az élen. A frankfurti tőzsdén jegyzett 30 legjelentősebb német vállalat (Dax-30) tőzsdéi értéke 1046 milliárd dollár. A Silicon Valley 30 legnagyobb cégének értéke ezzel szemben 2614 milliárd

dollár. Az Uber, a taxivállalatoknak konkurrenciát támasztó, magánautókkal taxiztató, alig néhány éves cég értéke 41 milliárd dollár, annyi, mint a Deutsche Banké.<sup>2</sup>

A német ipar nagy ászai a szó szoros értelmében rettegnek az internetes óriásoktól – lásd a Samsung esetét. Egyébként a Daimler, a Siemes, a BMW vagy a Volkswagen tőkéje mind 100 milliárd \$ alatt van. Hol van ez a kaliforniai internetes cégek több száz milliárdos nagyságához képest! (Az Apple, a Google, a Microsoft, az Amazon, a Facebook értéke a 300 és 600 milliárd dollár közötti tartományban van.)

Britannia annak idején a tengerek fölötti uralommal szerezte meg a világhatalmat. Így teszik ezt most az internetes cégek az információs platformok birtoklásával.



(The Economist, 2015. nov. 21.)

Kiss Károly  
közgazdász és társadalomkutató

[Megjelent a Magyar Nemzet 2016. április 27-i számában]

### **Források:**

The Economist April 9th 2016. Imperial Ambitions.

The Economist November 21st 2015. Germany's Industry. Does Deutschland do digital?

Der Spiegel 10/2016. Die Ideen sind genauso gut. Spiegel-Gespräch mit Andreas von Bechtolsheim.

Kiss Károly: A Mindenható Internet.

[http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/mindenható\\_internet.pdf](http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/mindenható_internet.pdf)

Kiss Károly: Digitális ősrobbanás felé.

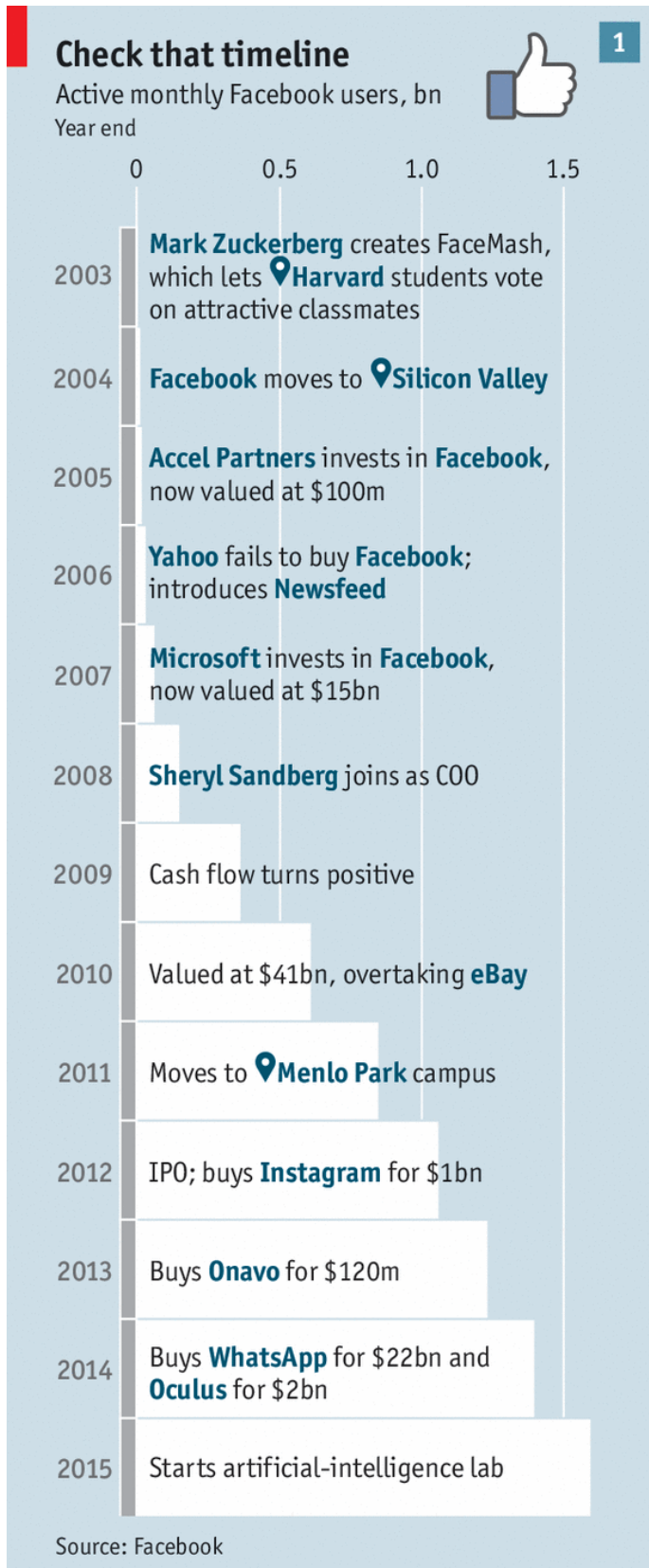
[http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/digitalis\\_osrobbanas\\_fele.pdf](http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/digitalis_osrobbanas_fele.pdf)

→ → → → →

<sup>2</sup> [http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/digitalis\\_osrobbanas\\_fele.pdf](http://kisskaroly.x3.hu/publicisztika/digitalis_osrobbanas_fele.pdf)

A legújabb értékelés szerint (Der Spiegel 10/2016) az Uber értéke már meghaladja a 60 milliárd dollárt.

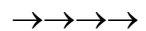
**Diagramok az Economist 2016. április 9-i számából:**

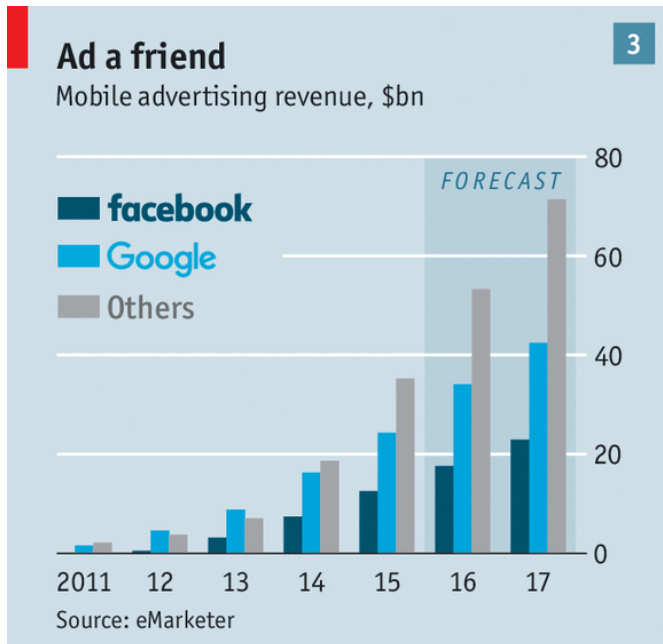


Economist.com

2016-ban 1,6 milliárd használója volt a Facebooknak.

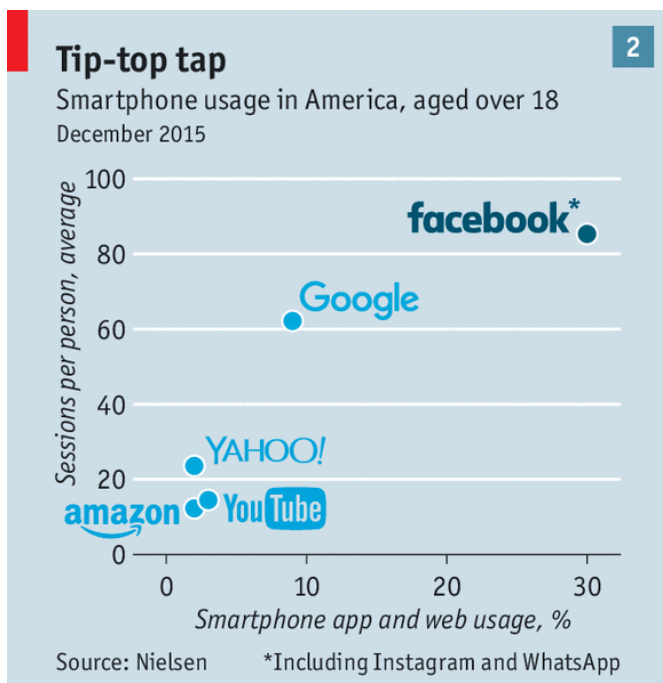
Kb. 1 milliárdnyian jelentkeznek be naponta.





Economist.com

2015-ben a Google mobil eszközein folyó reklámozás bevétele kb. 25, a Facebookén 10 milliárd dollár fölött volt.



Economist.com

A 18 éven felüli amerikai okostelefon-használók kb. 30 százaléka használja a Facebookot, kb. 8 százaléka a Google-t, stb.