

Opponensi vélemény

Hámori Balázs „Új szereplők és magatartásformák az átalakuló tranzakciós térben” című
MTA doktori értekezése

1. Felépítés, módszertan és eredmények

Az értekezés, egy akadémiai doktori disszertációhoz megfelelően, rendkívül ambiciózus és átfogó témát ölel fel: a vevők és eladók viselkedési változásainak közgazdasági elemzését az internet által átalakított tranzakciós térben. A téma kellően nagyívű, és ezáltal ideális az akadémiai doktori értekezés műfajához. Hámori Balázs a dolgozatban gyakorlatilag az elmúlt tíz évben a viselkedésgazdaságtan, az érzelmelegazdaságtan, az intézményi közgazdaságtan és az infokommunikációs technológiák és innováció gazdaságtana kapcsán végzett kutatásait szintetizálja és helyezi egységes paradigmatis keretbe.

A disszertáció felépítése, az egyes fejezetek beosztása alapvetően tematikus bontást követ: az infokommunikációs technológiák sajátosságainak bemutatását követően a dolgozat foglalkozik a vevők és eladók közötti kapcsolat változásával, a vevői figyelem megragadásának problémáival, a bizalom és a reputáció kérdéseivel, a verseny átalakulásával (beleértve az együttműködő versengés, a „koopetíció” elterjedését), valamint a versenykorlátozó magatartási formák lehetőségeivel. A dolgozat rendkívül sok, ICT által lehetővé tett piaci változást elemez, beleértve a crowdsourcingot, az e-piactereket, az m-kereskedelmet, a tömeges testreszabást, a 3D nyomtatást, vagy az online kalózkodást – Hámori Balázs dolgozata valóban átfogó képet nyújt a témáról. Nyilván sok más megközelítésben is felosztható lenne egy ilyen átfogó témájú dolgozat, a tematikus megközelítés mégis jól szolgálja a dolgozat céljait. Az egyes témák elkülönítése világos, nagyon kevés ismétlés vagy átfedés van a dolgozatban, és ezáltal végig jól követhető az érvelés.

A dolgozat módszertanát tekintve rendszerparadigmára épít és holisztikusan szemléli a piaci szereplők magatartásváltozásait és az azokat meghatározó tényezőket. Elsősorban az egyes tematikus blokkokban beazonosítható, ICT-által okozott fejlemények leírására fókuszál, majd ezek viselkedési hatásait elemzi. Az elemzéseket a szerző empirikusan elsősorban országszintű leíró statisztikai adatok, különböző szervezetek által publikált indexek, és mini (túlnyomórészt vállalati) esettanulmányok segítségével támasztja alá. A téma átfogó és szintetizáló jellegét tekintve a rendszerparadigma megfelelő választás. Mivel a dolgozat rendkívül sok témakört érint, amelyeket az ICT-beli változások kötnek össze, matematikai vagy akár verbális modell használata szinte lehetetlen lett volna. Egyetérték Hámori Balázs azon megállapításával, hogy átfogó gazdasági-társadalmi alrendszerek vizsgálatára nem

alkalmasak a kvantitatív módszerek (18. oldal). Az egyes résztémák esetén azonban bizonyára lehet hiányolni a mélyebb és átfogóbb esettanulmányokat, vagy akár az ökonometriai elemzést. A doktori értékezés, mint műfaj adta területi korlátok miatt azonban ezt sem lett volna egyszerű minden egyes résztémánál következetesen megvalósítani, a résztémák számának csökkentése pedig a dolgozat átfogó, szintetizáló jellegét gyengítette volna. A bemutatott deskriptív adatok és rövid esettanulmányok az esetek nagy többségében amúgyis kellő meggyőző erővel rendelkeznek és jól alátámasztják az érvelést, nagyon ritkán volt csak hiányérzetem. Ezen néhány esetben sem feltétlenül a bemutatott példák szemléletességével vagy meggyőző erejével volt bajom, hanem azzal, hogy előfordultak némileg elavult példák. Több esettanulmány mutat be például olyan cégeket, amelyek sms-alapú m-kereskedelmi vagy más megoldásokat vezettek be (lásd például a 100. vagy a 101. oldalon). Az okostelefonok és a rájuk írt applikációk gyors térnyerése az elmúlt 5-7 évben azonban szinte teljesen irrelevánsá tette az sms-alapú megoldásokat (legalábbis a fejlett világban). Hasonlóképpen, a blogok sem tekinthetők már az internet „új hajtásainak” (136. oldal). Az, hogy némelyik példa kissé elavult azonban egyáltalán nem Hámori Balázs hibája, hanem sokkal inkább az ICT technológiák hihetetlen dinamizmusát mutatják.

A dolgozat irodalomjegyzéke rendkívül gazdag, és a hazai és nemzetközi szakirodalom kimagasló ismeretéről tanúskodik. A bemutatott adatok rendkívül hasznosak, a sok ábra és táblázat gazdag empirikus tartalmat ad a munkának.

A hazai szakirodalmat tekintve Hámori Balázs munkája egyedülálló és hiánypótló. Az ICT hatásaival foglalkozó hazai szakirodalom szinte kizárólag az üzleti életre gyakorolt hatásokat szemléli, és a tagább közgazdasági és társadalmi hatásokra kevesebb figyelem szentelődik (kivételet talán olyan szerzők jelentenek, mint Bögel György, Z. Karvalics László, vagy Csepeli György). A nemzetközi szakirodalomban értelemszerűen nagyobb figyelem irányul a témára: magam az ICT fejlődő országokban kifejtett fejlesztési hatásaival foglalkoztam behatóbban (amelyet Hámori Balázs érthető módon inkább csak érint), és ott igen erős vonulat a szoció-gazdasági vonatkozások elemzése. Ennek ellenére az olyan átfogó munka, mint a jelen dolgozat, rendkívül ritka, és több fontos eredmény is számot tarthat nemzetközi érdeklődésre. A disszertáció zárófejezete ezeket 17 pontban foglalja össze, és többségük újdonságtartalmával egyet is értek. Ezek közül hármat emelnék ki.

Elsőként, fontos hozzájárulás, nemcsak a hazai, hanem a nemzetközi szakirodalomhoz is, a verseny változó természetének kimutatása: az e-korszak, sokak várakozásaival ellentétben, nem szüntette meg a monopóliumokat, de átalakította a róluk alkotott képet: az alacsony belépési korlátok mellett ahhoz, hogy egy monopólium megőrizze pozícióját, folyamatos innovációt kell végrehajtania. Jó példa erre a Microsoft, amely 15 éve egyeduralkodó volt a

személyi számítógépek operációs rendszereinek piacán, és erős dominanciája volt sok más kapcsolódó piacon is, napjainkra azonban egy hanyatló és válságban lévő vállalat, amely „elaludta” a mobileszközök forradalmát. Hiába volt a Microsoft monopolipozícióban, az elkényelmesedés, és az innováció elhanyagolása nem lett volna megengedhető. Érdekes lett volna egyébként a verseny és a monopóliumok témáját a magyarországi e-gazdaság vonatkozásában is körbejárni, bár megértem, hogy ez valószínűleg túlmutatott volna a dolgozat keretein. A monopóliumok témájára még később visszatérek.

A második fontos eredménye a disszertációnak a figyelem kérdéskörének ökonómiai elemzése. Rendkívüli érdeklődéssel olvastam a dolgozatnak ezt a részét. Napjaink hatalmas információáradatában rendkívül nehéz a fogyasztók figyelmének felkeltése, megragadása, és megtartása. Az információs túlterhelés eddig kevésbé volt vizsgált fogalom a közgazdászok körében, Hámori Balázs azonban igen erősen síkra száll ennek szükségessége érdekében. A fogyasztók információ-feldolgozási kapacitása véges, a figyelemükért vívott küzdelem pedig jelentősen eltorzította a közvetített üzeneteket.

Végül, kiemelném a „szellemi tőke-érték elméletet”. Hámori Balázs, és szerzőtársa Szabó Katalin érvelése szerint a fizikai tőke „visszagöngyölíthető” szellemi tőkére az információs gazdaság korában. Eszerint értelmetlen a fizikai tőke és a szellemi tőke éles megkülönböztetése, hiszen egy adott termék előállításához szükséges fizikai tőke létezése is korábbi szellemi tőke befektetéseknek köszönhető. Ez a megközelítés jól érzékelteti, hogy a szellemi tőke vált korszakunk fundamentális termelési tényezőjévé, éppúgy mint ahogy Ricardo vagy Marx idején tekintették a munkát. (Bár megjegyezném, hogy ez már akkor sem volt pontos: mi más lett volna például James Watt és Matthew Boulton gőzgépe, mint megtestesült szellemi tőke?)

2. Vitapontok, kérdések, továbbgondolás

Az alábbiakban hét témát, kérdéskört vetnék fel a dolgozatban foglaltak továbbgondolására. Ezeket elsősorban vitapontoknak szánom, semmint az értekezés kritikaiként.

1. A vállalatok és vevőik viszonya és a személyes adatok védelme. Ahogy a disszertációból világossá válik, a vállalatok egy jelentős hányada ma sokkal többet tud a fogyasztóiról, mint korábban valaha. A Google tudja, hogy mi az érdeklődési körünk, hol dolgozunk, mi a hobbink, miket vásárlunk, hány évesek vagyunk, stb. A Facebook ezeken túl tudja azt is, hogy hogyan töltjük a napjainkat, kik a családtagjaink, barátaink kollegáink, illetve hogy mikor, kivel, s hol találkoztunk. Ha iPhone-unk van, az Apple azt is tudja viszonylag pontosan, hogy mikor merre járunk, de ilyen adatok a legtöbb mobilszolgáltató számára is rendelkezésre állnak. De, ezeken az emblemnatikus e-gazdaságbeli vállalatokon túl, a cégek

nagy része is jóval többet fektet adatbányászatba és big data elemzésbe, mint az korábban lehetséges volt, mindezt azzal a céllal, hogy vevőit jobban megismerje. Rendkívül érdekes, hogy az embereket általában erősen zavarja, ha az állam túl sok információt tart róluk nyilván, ezeknek a cégeknek viszont általában egy kattintással, olvasás nélkül elfogadják az adatkezelési szabályzatait, és hozzájárulnak ahhoz, hogy mindezt az információt megosszák velük. Miért? Tudatlanságból, vagy rövidlátásból, azaz nincsenek tisztában azzal, hogy mit is gyűjt róluk a cég, vagy nem látják a potenciális következményeket? Vagy, olyan értékesnek tekintik a Google, Facebook vagy az Apple termékeit és szolgáltatásait, hogy magánszférájuk ilyen brutális megsértését elfogadható árnak tartják? Kétségtelen, hogy a viselkedési közgazdaságtannak jelentős feladata ennek a trade-offnak a job megértése. Az állami szabályozás sokszor csak kullog a cégek adatkezelési politikái mögött, és hiába írnak elő szigorú adatvédelmi elveket, ezek betartása hatósági eszközökkel nehezen ellenőrizhető, sok múlik a cégek önkéntes jogkövető magatartásán. Hiába az a Google mottója, hogy „Don’t be evil”, az óriásvállalatokkal szembeni bizalmatlanság, különösen a disszertációban bemutatott öldöklő verseny kontextusában, erősen megalapozott.

2. *A vevők informáltsága.* Ahogy Hámori Balázs a disszertációban kiválóan bemutatja, nemcsak a vállalatok tudnak többet a vevőikről, de a vevők is sokkal több információval rendelkeznek a cégekről és termékeikről, mint korábban. A dolgozatban is sokszor emlegetett árösszehasonlító oldalak szerepe hatalmas, sőt megkockáztatom, forradalmi, a verseny fokozásában, különösen az átláthatatlan árazást alkalmazó és ezáltal nehezen összehasonlítható szektorokban (például távközlési tarifák, bankszámla csomagok díjai, gépjárművek kötelező felelősségbiztosítási díjai, stb). Magyarországon például az elmúlt 10 évben a Netrisknek hatalmas szerepe volt az átlagosan fizetett KGFB díjak jelentős mérséklésében. A termékekről, szolgáltatókról készülő vevői visszajelzések szintén segítik az eligazodást, különösen ha nagyszámú cég közül kell választani, és nem csak az ár számít, vagy az ár valamiért nem képes tökéletesen betölteni információ-közvetítő szerepét. Erre példák az éttermek és szállodák értékelésére szakosodott oldalak, különösen a Tripadvisor, amely például jelentősen megnehezíti a Budapest belvárosi, külföldiekre szakosodott „lehúzó” éttermek és bárók működését. Ezeknek a mechanizmusoknak nem csak a bizalomépítésben van szerepe, hanem a vevők informálásában, az információs aszimmetria csökkentésében és az akerlofi tragacsprobléma megoldásában. Hozzájárulnak tehát a piac mint intézmény működéséhez, ahogy Hámori Balázs is kifejti. Ezen túl azonban rengeteg, viselkedés-gazdaságtani kérdést is felvetnek: mi motiválja a vevőket visszajelzés és értékelések írására? Hogyan reagálnak az értékelt cégek? Vezetnek-e az ilyen megoldások a forgalmazott termék vagy szolgáltatás minőségének javításához? Hogyan próbálják ezeket manipulálni a vállalatok? (Néhány szálloda például kedvezményt ad, ha utána a vevő pozitív értékelést ír róluk a Tripadvisoron vagy a Booking.com-on).

3. *A monopóliumok.* Ahogy a szerző írja, a Google keresőmotorjának kvázi-monopolhelyzete (245. oldal) teljesen más okok miatt problémás, mint a hagyományos ipari vagy szolgáltató cégek esetén. Ezt a kérdéskört érdekes lehet továbbvizsgálni. A Google keresőszolgáltatása elvileg ingyenes, így hagyományos értelemben vett holttehervesztés sincs. Számtalan más probléma fellép azonban, amely torzítja a többi piaci szereplő lehetőségeit és magatartását, ezek közül néhány példa, amely a disszertációban nem szerepel:

- A Google találatokat rangsoroló algoritmus a mai napig titkos, és a cég folyton változtatja azt azzal a deklarált céllal, hogy a fogyasztók számára a legrelevánsabb találatokat rangsorolja előre. Ha azonban egy cég nincs az első oldalon (azaz az első tíz találat között) a számára legfontosabb kulcsszavak esetén, akkor gyakorlatilag nem is létezik. Ha a keresőmotorok között kiegyensúlyozottabban oszlana meg a piac, és a keresők eltérő algoritmusokat használnak, az több vállalatnak kínálna lehetőséget: a rossz helyezést a Google találatai között ellensúlyozhatja a Yahoo-n vagy a Bing-en elért jó helyezés.
- A találati listán való előrébb jutás nehézkes, drága és bizonytalan folyamat, hisz a vállalati weboldal „keresőbaráttá” tételét feltételezi. Viszont mivel a Google algoritmus folyamatosan változik, ezért a vállalati weboldalakat is folyamatosan változtatni kell. Ráadásul, mivel az algoritmus titkos, csak tippelni tudnak a szakértők, hogy melyek is azok a sajátosságai egy weboldalnak, amelyek feljebb juttatnák a céget listán. Sok vállalat bele sem kezd ebbe a folyamatba, és inkább igénybe veszi a Google fizetős hirdetési szolgáltatását, az Adwords-öt, hogy weblapja megjelenjen az első oldalon (igaz, a rendes keresési találatoktól elkülönítve). A Google monopolhelyzete révén tehát képes arra, hogy a fogyasztókért versengő vállalatokat saját fizetős szolgáltatásai felé terelje. Ez némileg hasonló a „tradicionális” ipari gazdaság monopóliumainál megismert árukapcsolás jelenségéhez.
- Óhatatlanul felmerül a cenzúra veszélye minden olyan esetben, amikor a fogyasztók információhoz való hozzájutása ilyen mértékben függ egyetlen cégtől. A Google hatalmas botrányba keveredett, amikor a kínai piachoz való hozzáférés érdekében 2005-ben megegyezett a kínai kormánnyal, hogy a Kínából induló keresések esetén szűri a demokráciához és emberi jogokhoz kapcsolódó találatokat. Végül, elsősorban a nyugati kritikák hatására, felhagyott a cég az öncenzúrával, és a kínai kormány ellenlépései révén nagyjából ki is vonult az országból. Helyét a Baidu nevű kínai kereső vette át, amely ugyan magánvállalat, de rendkívül jó kapcsolatai vannak a kommunista párttal, és teljes mértékben együttműködik az állammal. Piaci részesedése Kínában 70% fölötti.

- Ehhez kapcsolódik az *állami* információ monopólium kérdése. Érdekes viselkedésgazdaságtani és intézményi gazdaságtani kérdés, hogy hogyan reagálnak az emberek autoriter rendszerekben az internetes cenzúrára. Az internet cenzúrázása szinte lehetetlen, amit jól bizonyít Kína esete, ahol a Baidu állami ellenőrzése miatt jelentős tömegek kerülnek ki a „nagy tűzfalat” (például VPN kapcsolattal és külföldi IP cím segítségével). Az autoriter rezsimek számára jóval nehezebbé vált a lakossághoz eljutó információ ellenőrzése. Közhelyszámba megy továbbá az a megállapítás, hogy az olyan ICT technológiák, mint a Facebook vagy a Twitter megkönnyítik az ellenzék számára a kollektív cselekvési problémák megoldását (lásd az arab-világ Facebook forradalmait). A demokrácia és az ICT közti kapcsolat nyilván messze túlmutat Hámori Balázs értekezésének témáján, de az elkövetkező években fontos téma lehet a North, Acemoglu és Robinson neveihez köthető új intézményi közgazdaságtan követői számára.

4. *Big data.* A big data kapcsán némileg vitatkoznék Hámori Balázs megállapításaival. Bár sok igazság van abban az érvelésben, hogy a napjainkban rendelkezésre álló adattömegek információs túlterheléshez vezetve problémát jelentenek, sok vállalat inkább lehetőségként tekint rájuk, és keresi az elemzésük és vizualizálásuk innovatív lehetőségeit. A korábban említett Google vagy Facebook, de említhető akár az Amazon is, sikere nagyban függ attól, hogy képesek-e a fogyasztóikról begyűjtött hatalmas adattömegből értelmes, a stratégiai döntéseiket megalapozó információkat kihámozni. A big data elemzési módszerei rendkívüli forradalmon mennek keresztül, a hatalmas adatbázisok elemzési eszköztára egyre finomodik. A legtöbb kockázati tőkét vonzó szilícium-völgyi cégek között 2013-ban és 2014-ben is élen jártak a big data elemző szoftvereket fejlesztők. A big data elemzésre képes szoftverek piaca tehát rohamosan bővül, és immár a kisebb vállalatok is megengedhetik maguknak ezen eszközök használatát. Az adatok innovatív vizualizációja is kulcskérdéssé nőtte ki magát, és a vizualizáció a tágabban értelmezett figyelem problémára is sok esetben megoldást jelenthet. Egy dán statisztikus, Hans Rosling cége, a Gapminder például innovatív módon teszi szemléletessé a Világbank World Development Indicators adatbázisának 1240 változóját. A San Francisco-i rendőrség egy olyan applikáció fejlesztésében vett részt, amely könnyen elérhetővé teszi az emberek számára a bűnügyi statisztikákat: az illető csak lefényképezi az utcát, ahol jár, és az app megmondja, hogy mennyi, és milyen jellegű bűnügy történt ott az elmúlt időszakban. Az Apple például arra törekszik, hogy a iPhone-okra telepített Siri nevű virtuális személyi asszisztens program képes legyen egy adott környéken a *szokásainknak, ízlésünknek* és pénztárcánknak megfelelő éttermet ajánlani. A big data elemzés tehát nagymértékben át fogja alakítani a vállalatok által ajánlott szolgáltatások minőségét.

5. *Fejlődés, fejlesztés.* Az ICT technológiák és a szegény országok fejlődése közötti kapcsolat is felvet sok érdekes kérdést. A dot com válságot megelőzően, az ICT technológiákkal

kapcsolatos hatalmas eufória közepette sokan úgy vélték, hogy ezek a technológiák fogják jelenteni a megoldást a szegénység felszámolására. Azóta inkább úgy látszik, hogy azok az e-technológiák tudtak sikeresek lenni a fejlődő országokban, amelyek hiányzó vagy rosszul működő intézményeket pótoltak. A legjobb példa erre a dolgozatban is említett M-pesa. A Kenyából indult, de mára számtalan országban jelen lévő, sms-alapú mobil fizetési rendszer azért tudott sikeres lenni, mert a kenyai bankrendszer és pénzügyi intermediáció a magas költségek miatt egyszerűen elérhetetlen volt a szegények számára. Az intézményi közgazdaságtannak tehát nagy szerepe lehet itt a jövőben: melyek azok a problémás intézmények, amelyek viszonylag egyszerű (a fejlett országokban akár elavultnak is tekinthető) ICT megoldásokkal pótolhatóak? A Nicholas Negroponte fémjelezte „One laptop per child” program kritikái is mutatják, hogy nem látványos kínálatoldali ötletekre van szükség, hanem a helyi viszonyok jobb megértésére. Azt is látni kell azonban, hogy az ICT technológia nem lehet hosszú távú megoldás: hiába képes betölteni a rossz intézmények által képzett űrt, nem segíti elő az intézmények fejlődését, és az állam intézményekhez való hozzáállásának javítását.

6. Jövőbeli trendek. A jövőben az ICT technológiák tovább fogják alakítani viselkedésünket, mint fogyasztók és termelők. A viselhető technológiák (például a Google Glass), az internetre csatlakozó, egyre növekvő számú emberi beavatkozás nélkül működő és egymással kommunikáló gép („internet of things”), a „felhő” alapú adattárolás, vagy a big data elemzés már említett rohamos fejlődése. Az ICT emberek viselkedésére gyakorolt vizsgálatának nincs vége, egyfajta „permanens forradalom” zajlik, és így Hámori Balázs disszertációja is alapvetően egy pillanatfelvételnak tekinthető. A közgazdászoknak nem feladata a technológiák előrejelzése, de fontos lehet a már kialakult technológiák közgazdasági és társadalmi hatásainak becslése, az esetleges káros hatások beazonosítása.

7. Policy javaslatok. Ugyan Hámori Balázs egyértelműen kijelenti dolgozata elején, hogy nem kíván „preskriptív” lenni (24. oldal), mégis úgy gondolom, hogy erre nagy szükség lenne, különösen Magyarországon. Noha a dolgozat még az internetadó ötletének felmerülése előtt született, egyértelmű, hogy a hazai politika nem ismeri el kellő mértékben az ICT technológiák tágabb társadalmi előnyeit. Figyelemre méltó, hogy hazánkban az internetadó kapcsán általában az érintettek (internethasználók és internetszolgáltatók), illetve a információ szabadságát féltő jogvédők szólaltak meg, közgazdászok kevéssé. Márpedig, Hámori Balázs disszertációja, noha egyáltalán nem normatív jellegű, mégis rendkívül erős érveket ad az e-gazdaság és az ICT technológiák pozitív hatásai mellett.

3. Összefoglalás

Opponensi véleményemet összefoglalva, Hámori Balázs dolgozatát egy kiválóan megírt és felépített, a szerző korábbi munkásságát szintetizáló és kiegészítő, jól megválasztott elmélettel és módszertannal ellátott műnek tartom. A disszertációban számtalan új eredmény található, amelyek nemcsak a hazai szakirodalmat gazdagítják, de nemzetközileg is relevánsak. Bizonyára folyamatban van a disszertáció könyv formában való megjelenése, amely nemcsak a hazai közgazdász-társadalom, de a tágabb olvasóközönség érdeklődésére is számot tarthat.

A disszertáció megfelel az akadémiai doktori értekezésekkel szemben támasztott követelményeknek, és ennek megfelelően maximálisan támogatom nyilvános vitára bocsátását.

Budapest, 2015. január 20.

Szent-Iványi Balázs

PhD Közgazdaságtudományok

Egyetemi docens