

AMZN

Kontekst społeczny

Amazon A–Z: Dane

„Wiele z tych firm po prostu gromadzi tyle danych, ile tylko może. Bez pomysłu na to, jak je później wykorzystać. Wszystko, co wiedzą, to że im więcej informacji, tym lepiej” – mówi w rozmowie dla „The Guardian” Alastair Mactaggart, aktywista i jeden ze społecznych pomysłodawców kalifornijskiej stanowej ustawy o prywatności konsumenckiej (California Consumer Privacy Act). Ten akt prawny zmusił na początku 2020 roku największe firmy technologiczne – w tym Amazona – do ujawniania klientom na żądanie wszystkich danych, które zostały o nich zebrane.

Co zatem może rejestrować Amazon? Jodi Kantor i David Streitfeld z „New York Times” piszą: „Ciągły przepływ superdokładnych danych, przesyłanych w czasie rzeczywistym, pozwala firmie mierzyć niemal wszystko, co robią jej klienci: co wkładają do koszyka, ale tego nie kupują; kiedy na dobre porzucają czytanie książki na Kindle’u; co będą oglądać, bazując na ich wcześniejszych zakupach. Wiadomo także, kiedy inżynierowie budują strony ładujące się zbyt wolno, albo gdy menedżer sprzedaży nie ma na stanie wystarczającej liczby gumowych rękawic ogrodowych”.

Pod presją danych – widoczną wprost lub ukrytą – znajdują się więc wszyscy: od klientów, przez pracowników, na dostawcach kończąc. Ci pierwsi w zamian dostają często to, za co kochają Amazona: niskie ceny i wygodę, spersonalizowane propozycje zakupów i łatwość ich dokonania. Wystarczy jedno kliknięcie (opatentowane przez Amazona w 1999 roku) lub głosowa komenda do Alexy, cyfrowej asystentki zamontowanej w specjalnym urządzeniu lub aplikacji – nazywanej przez złośliwych urządzeniem podsłuchowym. Gdy w 2018 roku Amazon kupił firmę Ring, produkującą inteligentne dzwonki do drzwi i zestawy domowych kamer bezpieczeństwa, chmura danych o zachowaniach klientów została poszerzona o ruchomy obraz.

Każdy może więc poczuć się jak pracownica centrum logistycznego Amazona, której każda sekunda pracy jest mierzona i śledzona przez specjalne oprogramowanie. Ekrany przy niektórych stanowiskach wyświetlają nie tylko kolejne czynności do wykonania, ale też odliczają czas, w którym należy

to zrobić. Każde opóźnienie może wpłynąć na średnią normę, sumiennie zapisywaną przez elektroniczny system, skrywający się pod akronimem ADAPT (ang. dostosuj się). „Mierzmy wszystko, co znane człowiekowi”, przyznaje w wywiadzie dla portalu „People Management” Tina Okakley, szefowa HR Amazona w Wielkiej Brytanii. „Za kulisami używamy także sztucznej inteligencji. Obserwując czynniki wywołujące pewne zachowania, możemy zacząć przewidywać, czy ktoś myśli o odejściu z pracy”.

W 1997 roku Jeff Bezos oświadczył swoim najbliższym współpracownikom, że chce wprowadzić w firmie „kulturę pomiarów”. Rozpoznał bowiem stosunkowo szybko potencjał pochodzący z gromadzonych danych o sprzedaży. Kiedy Amazon umożliwił zewnętrznym podmiotom sprzedaż przez swoją platformę Marketplace w 2000 roku, danych zaczęło powstawać jeszcze więcej. W kolejnych latach firma wykorzystywała informacje o tym, jakie produkty sprzedają się najlepiej, aby wprowadzać własne, niekiedy łudząco podobnych do tych popularnych. Choć oficjalnie takie wykorzystanie danych to w firmie zabroniona praktyka, to byli pracownicy, na których powołuje się „The Wall Street Journal” przyznają, że była dość powszechna.

Wszystko to jednak wierzchołek góry lodowej. U jej spodu znajdują się dane opisujące przepływy towarów między magazynami i wewnątrz nich, kierujące łańcuchami dostaw czy przechowywane na serwerach Amazon Web Services, spółki-córki Amazona, największego na świecie gracza na rynku przetwarzania danych w chmurze.

źródła:

1. Will Evans, *Behind the Smiles*, „Reveal News”, 2019 <https://www.revealnews.org/article/behind-the-smiles/>
2. Leo Kelion, *Why Amazon knows so much about you*, „BBC News”, <https://www.bbc.co.uk/news/extra/CLQYZENMBI/amazon-data>
3. Kari Paul, *‘They know us better than we know ourselves’*, „The Guardian”, 2020 <https://www.theguardian.com/technology/2020/feb/03/amazon-kindle-data-reading-tracking-privacy>
4. Jodi Kantor i David Streitfeld, *Inside Amazon: Wrestling Big Ideas in a Bruising Workplace*, „The New York Times”, 2015 <https://www.nytimes.com/2015/08/16/technology/inside-amazon-wrestling-big-ideas-in-a-bruising-workplace.html>
5. Robert Jeffery, *Tina Oakley: “I don’t recognise most of what’s written about us”*, „People Management”, 2019 <https://www.peoplemanagement.co.uk/voices/interviews/tina-oakley-amazon-dont-recognise-most-whats-written>
6. Jennifer Willis, *7 Ways Amazon Uses Big Data to Stalk You*, „investopedia.com”, 2020 <https://www.investopedia.com/articles/insights/090716/7-ways-amazon-uses-big-data-stalk-you-amzn.asp>
7. Dana Mattioli, *Amazon Scooped Up Data From Its Own Sellers to Launch Competing Products*, „The Wall Street Journal”, 2020 https://www.wsj.com/articles/amazon-scooped-up-data-from-its-own-sellers-to-launch-competing-products-11587650015?cx_testId=3&ns=prod/accounts-wsj