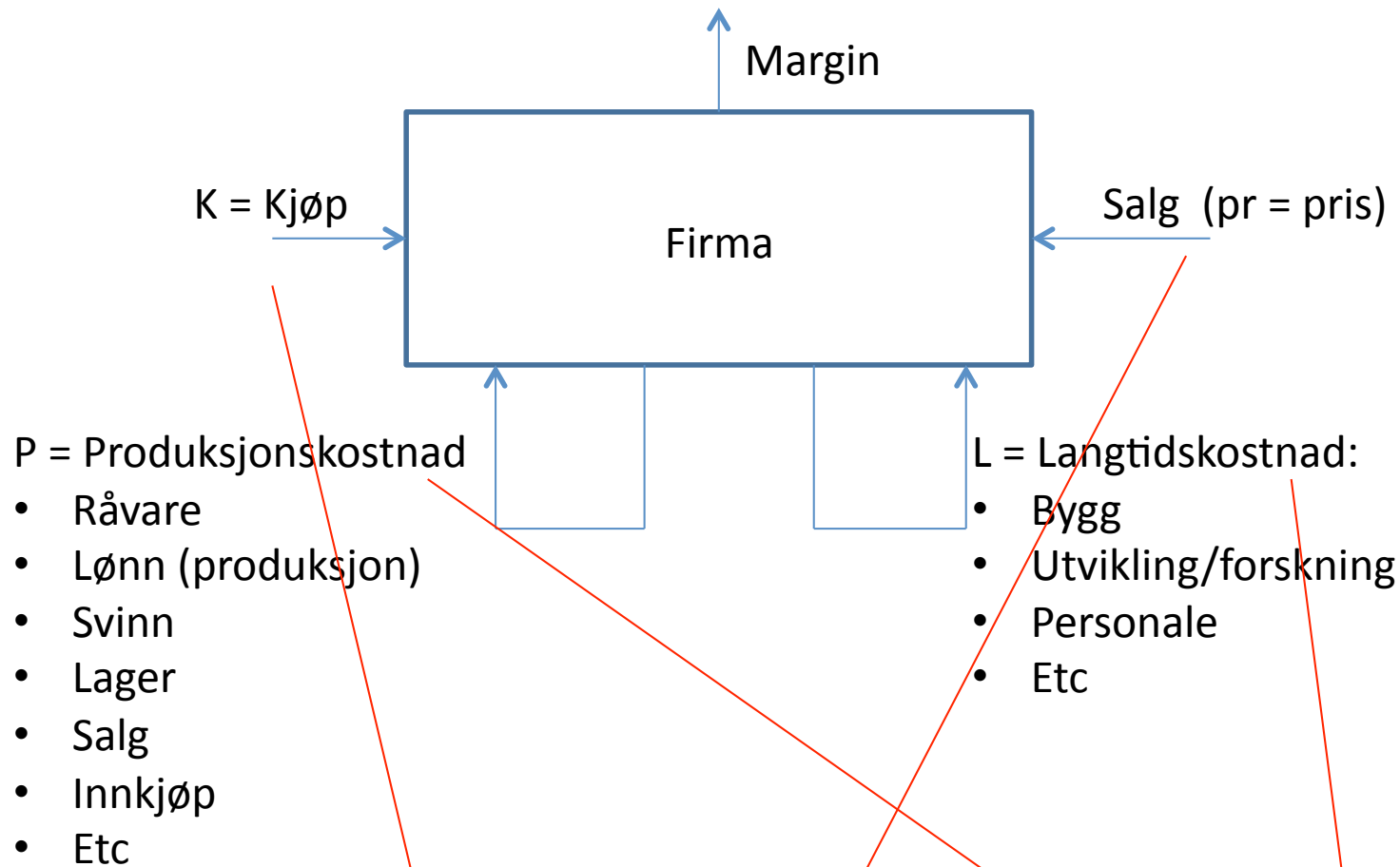


Forelesning 5/9 2012

Innhold:

- Verdiskaping
- Om informasjonsprodukter
- Lock-in



	K	pr	P	L
Industri-produksjon	Høy	Høy	Høy	Høy
Noen info-produkter	0	0 til høy	0	Lav til høy

Verdiskapingsmekanismer:

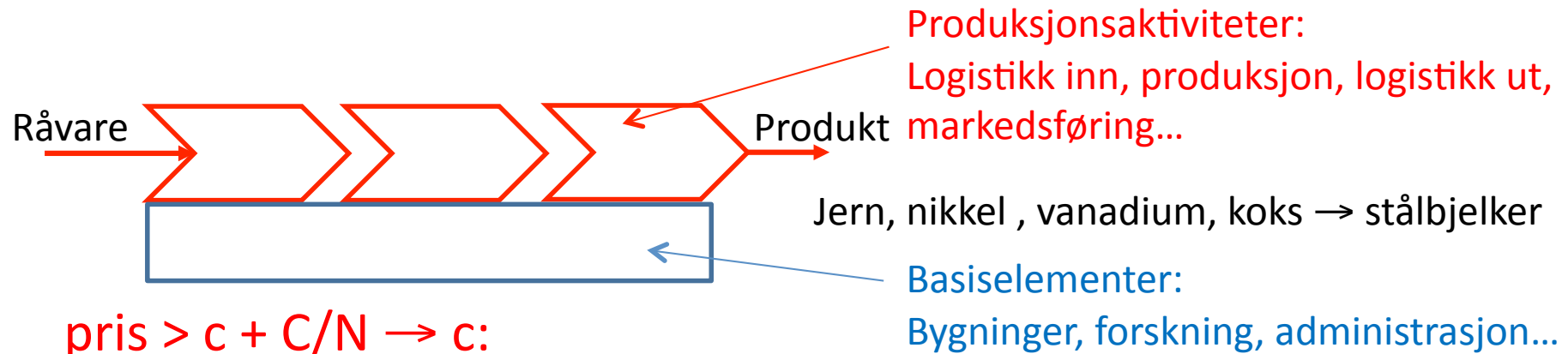
- Kjede (transformasjon) – bleieprodusent
- Verksted (problemløsning) – konsulent
- Nettverk (formidling) – bank

Mesteparten av mikroøkonomisk teori handler om kjeder.

I IKT handler det om nettverk! Jeg mener ikke da det fysiske telenettet, men de formidlingsfunksjonene som foregår der.

Kjeder → transformasjon fra råvare til produkt

Porters strategiske analyse



Kostnad pr enhet = produksjon/logistikk/råvarekostnad per enhet (c) + felleskostnad (C)/antall enheter (N)

$\text{Margin} = N \times (\text{pris} - \text{kostnad pr enhet})$

Strategi

- Redusere produksjonskostnad, logistikk-kostnad, lagerkostnad, felleskostnad (effektivisere)
- Øke antall enheter som selges = øke markedsandel
- Redusere råvarekostnad

Porter:

Påvirkningskrefter (Porters fem krefter):

- Prispress fra kundene (interessegrupper, rabatter)
- Konkurransen fra andre produsenter – pris, markedsføring, renommé, noko attåt, kampanjer, rabatter
- Konkurransen om råvarer (underleveranse) (råvaremonopol – indium fra Kina – konkurrent eier råvareleverandør – råvare mangelvare)
- Nykommere
- Erstatningsprodukt (mobiltelefon → smarttelefon, mekaniske regnemaskiner → lommekalkulatorer, minimaskiner → PC)

Interne strategier:

- Hierarkisk ledelse
- Klare ansvarsområder
- Timing
- Rekkefølge
- Langtidsplanlegging

Industribedrifter: biler, bleier, hus, ovner...

Verdiverksted

Advokater, sykehus, leger, konsulenter, skoler, forskere, meglere...

Flinke til å gjøre det de er spesialister på:

- Erfaring og å lære av erfaring – evaluering av egen dyktighet
- Raske løsninger
- Troverdige/gode løsninger
- Godt renommé (Arthur Andersen mistet troverdighet)
- Vise til tidligere resultater

Nødvendigvis ikke billigst, men best

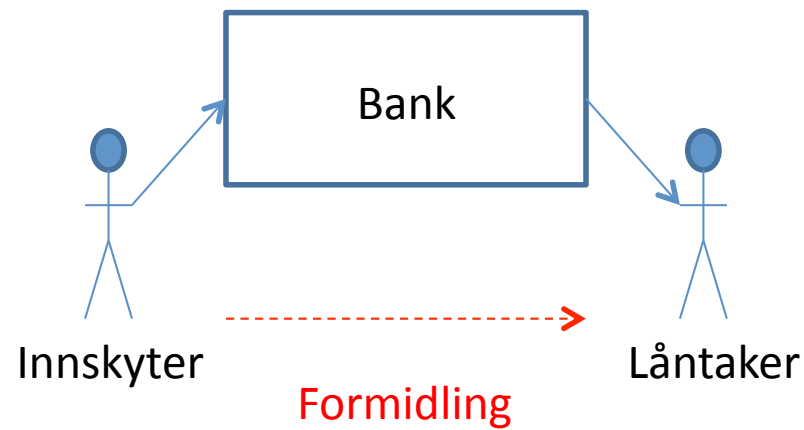
- Veldefinert markedssegment – ikke begi seg ut på ukjent grunn
- Integritet – ikke informasjonslekkasje
- Ikke-hierarkisk ledelse – selvstendige enheter, fleksibilitet
- Effektivisering – raske svar
- Opprettholde renommé – best på sitt område
- Up to date kunnskaper – fornyelse

Verdinettverk (Stabell/Fjeldstad):

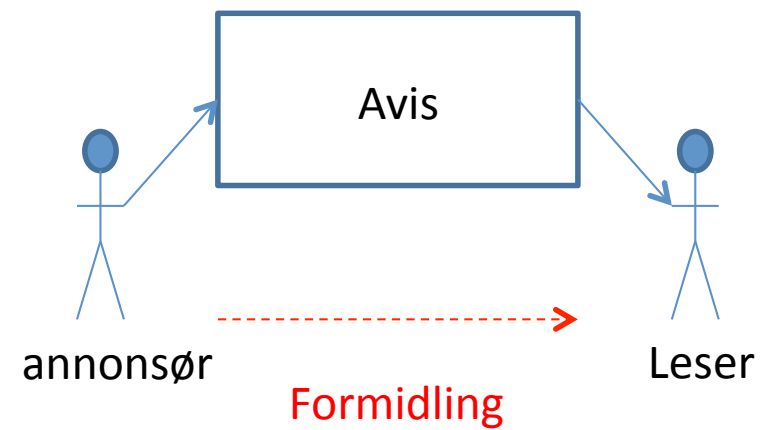
- Formidlingsnettverk mellom kunder
- Andre definisjoner skaper forvirring: Nettverk mellom organisasjoner/firmaer – deling av info – samarbeid (Allee) – Vi bruker ikke denne definisjonen!

Banker, forsikring, telekom, facebook, flyselskap, aviser, forlag, transportselskaper, Google...

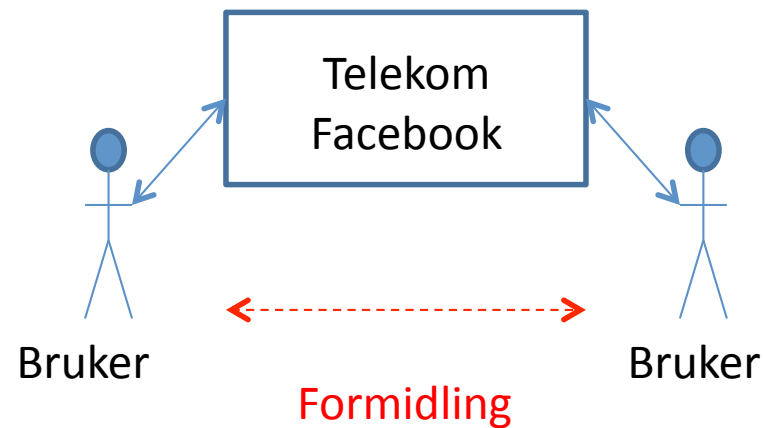
- Vanligvis **kontrakt** med kunde (abonnement, konto, avtaler...), men ikke alltid (Google)
- «Varene» kan ofte ikke lagres: ikke-sendte bit, tomme flyseter, tom plass i lastebil... – men noen varer kan (forlag)



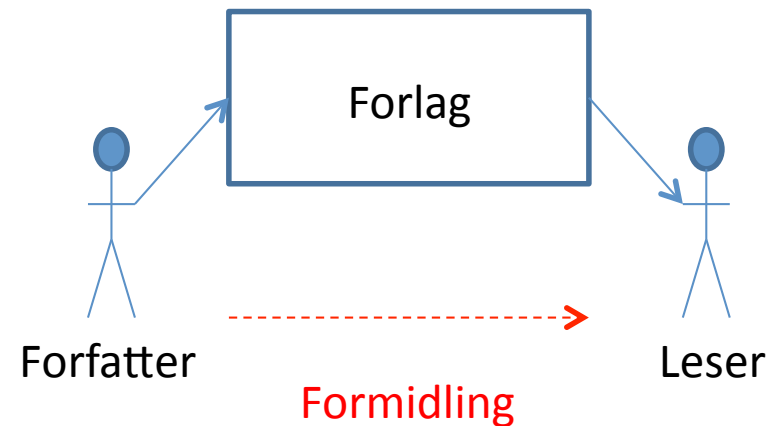
Anormalitet: noen kunder får betalt, andre må betale for tjenesten

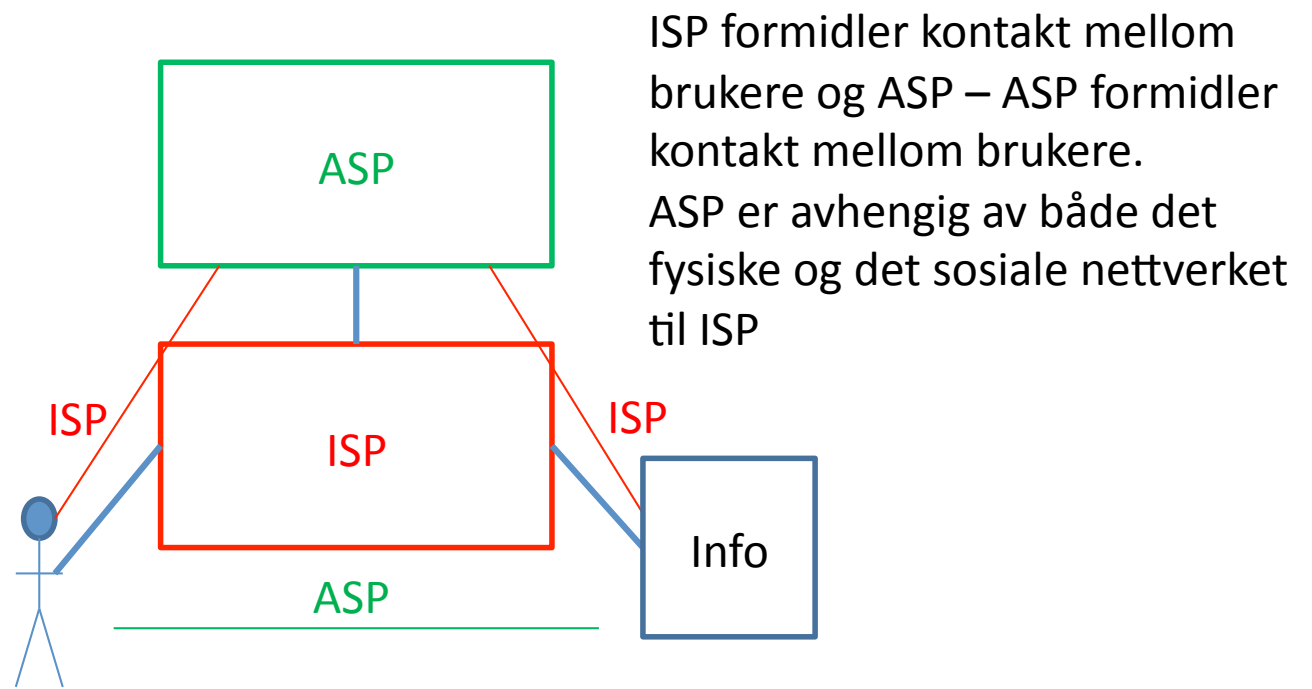


Anormalitet: jo flere lesere, jo høyere pris for annonser



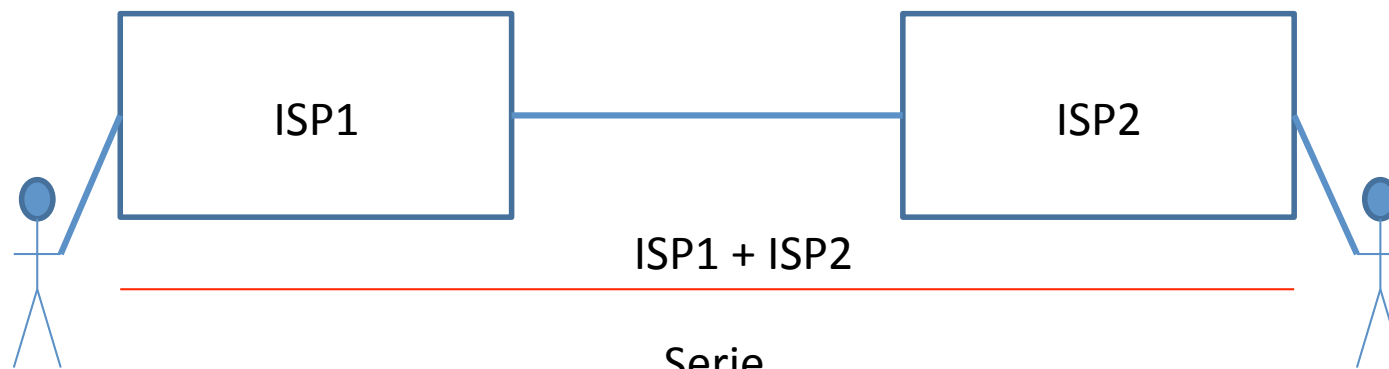
Nettverkene er brukernes sosiale nettverk, ikke telenett





ISP formidler kontakt mellom brukere og ASP – ASP formidler kontakt mellom brukere.
ASP er avhengig av både det fysiske og det sosiale nettverket til ISP

Parallell



Serie
Coopetition

Verdinettverk

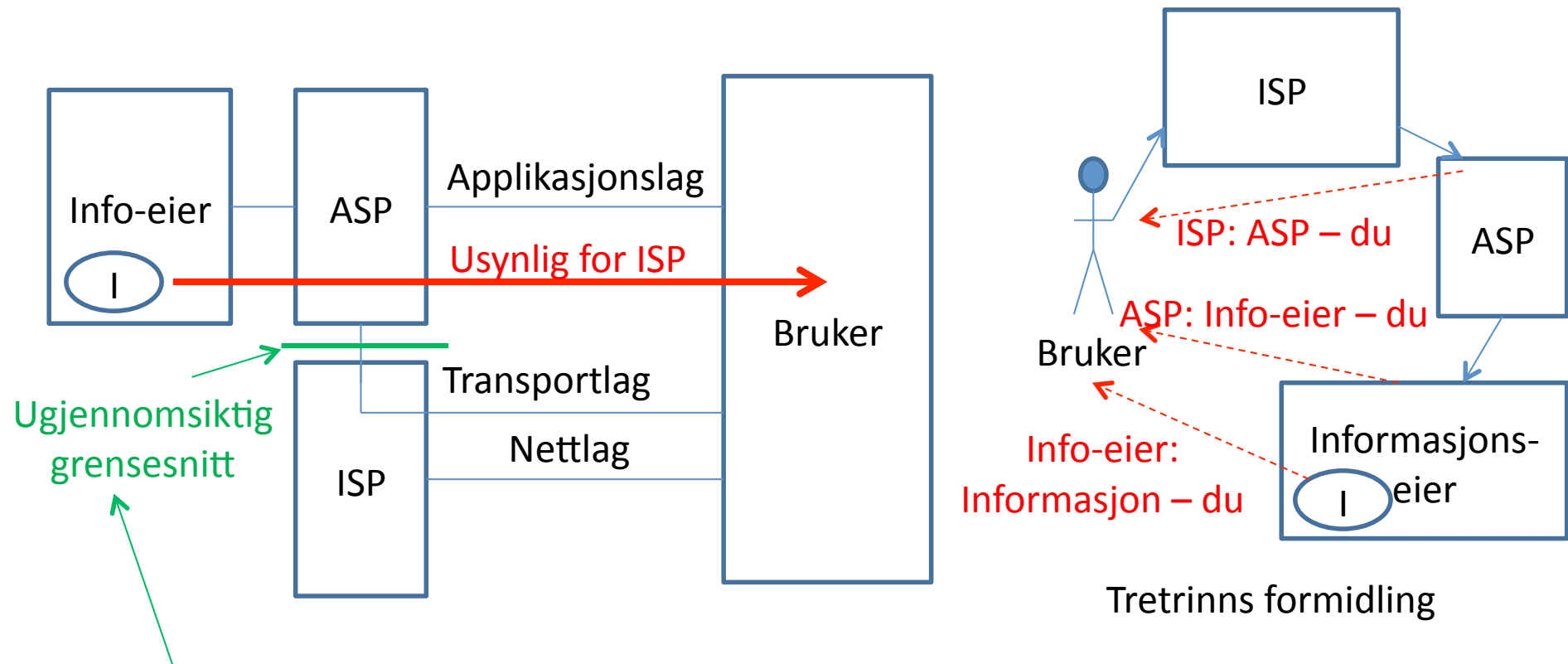
Noen observasjoner

- Marginalkost ofte tilnærmet null: hva koster et bit? Hva koster det å opprette en konto? Hva koster det å kopiere musikk, video, programvare?
- Ofte høye investeringskostnader: telenett, fly, lastebiler
- Ofte høye driftskostnader: bank, telenett, flyselskap
- Ofte svært vanskelig å fastsette pris pr enhet

Eksempel: pris pr bit i telekom (meget relevant diskusjon i 1998):

- Nettets verdi delt på gjennomsnittstrafikk (i bps)?
- Nettets verdi delt på peak-trafikk?
- Nettets verdi delt på nettets kapasitet?
- Nettets verdi + nåverdi av antatte investeringer delt på gjennomsnittstrafikk?
- Hva er nettes verdi? Nåverdi av alle tidligere og fremtidige investeringer? Kostnaden ved å bygge et nytt nett?

Internett består av Internet Service Providers, Application Service Providers, informasjonseiere og brukere



ISP'en ser ikke applikasjonen og kan ikke ta betalt avhengig av hvilken informasjon som overføres (normalt over port 80 – http – eller port 443 – https).

Reduserer ISP'en forretningsmuligheter svært mye.

Om informasjonsprodukter (bits and PCs)

- Består av bits
- Nesten gratis å kopiere
- Nesten gratis å distribuere
- Kan være gratis å produsere (peer production - likemannsproduksjon) (Web, Google, PGP)
- I mange tilfeller produsert av noen få personer (Web – 1, Facebook – 3, Google første versjon – 2, PGP -1,...)
- I mange tilfeller høye utviklingskostnader, men lav marginalkost (Microsoft-produkter)

Mer om informasjonsprodukter

- Musikk, film, bøker, programvare, penger,...
- Må prises etter verdi for kjøper, ikke etter produksjonspris (= 0).
- Salgspris er ofte null, inntekter fra andre kilder (reklame)
- Er ofte et opplevelsesprodukt – kunden kan ikke sette verdi på det før det er konsumert (film, musikk, avis)
- Har man først begynt å gi bort produktet, er det veldig vanskelig å ta betalt senere (aviser)
- Fører lett til kriminelt marked fordi det er gratis å kopiere (fildeling) – og vanskelig å kontrollere
- Hodepine når det gjelder IPR – uhyre vanskelig å beskytte opphavsretten til programvare
- Heldigvis er det ikke tatt ut patent på Web!

Allestedsnærværende pga internett

Lock-in:

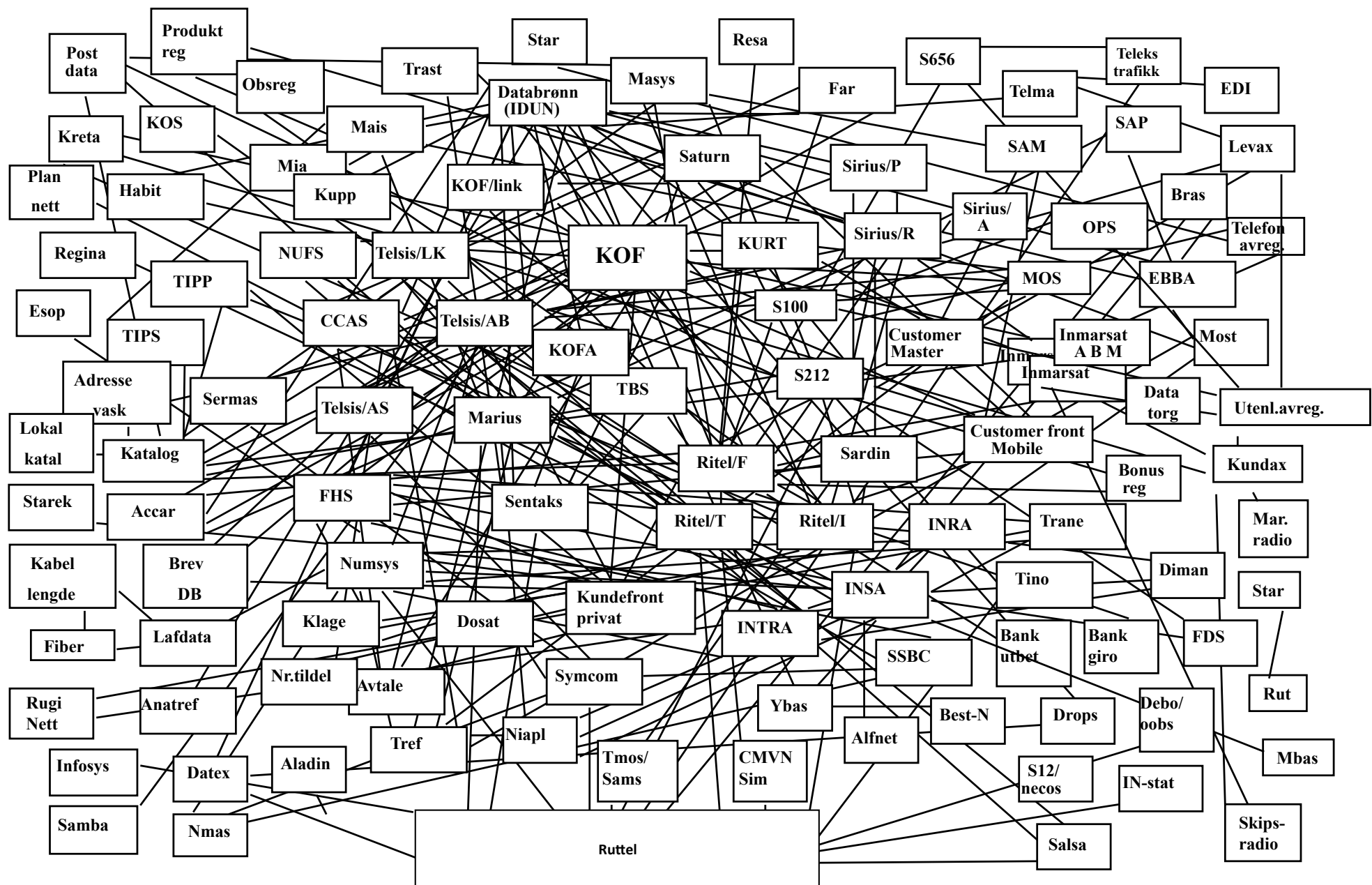
- Betyr at det settes hindringer mot at kunden skifter leverandør
- Dette betyr:
- Koster kunden å skifte – **kostet, siden mye er fjernet ved regulering**
- Koster operatør å ta kunder fra andre
- Byttekostnad = summen av disse, eller mer generelt:
- Byttekostnad = **penger som må betales + penger du taper + arbeid som må gjøres** (installasjon, opplæring, adresseforandring) + **mulig tapt informasjon + skjulte kostnader** (du får først om dem etter at kontrakt er inngått) + **overraskelser** (du trenger ekstrautstyr)

Eksempler på lock-in:

- Etterutdannelse: Slutter du før avtalt tid, må du betale for utdannelsen (**gråsoner – straffbart med slike kontrakter i USA – slaveri**)
- Microsofts sterke posisjon: mulighet for å miste informasjon, opplæringskostnad, tilgang til programvare (**ledelsen tør ikke**)

Faktorer som påvirker lock-in:

- Bindinger – må betale for å si opp (teleabonnement, forsikring) (som i mange tilfeller er regulert bort, f eks telefonnummer)
- Teknisk/økonomisk levetid av eksisterende utstyr (telenett, fly)
- Industribeskyttelse (pålegg om å kjøpe nasjonalt – nå EU/EFTA-regulert)
- Reservedeler – må kanskje ha dobbelt lager – kostnader – tilgang (telenett, flyselskaper)
- Redusert pålitelighet/økt feilrate – nytt system krever erfaring før det blir stabilt (telenett, flyselskaper)
- Opplæring – kan fort spise opp gevinsten ved å bytte (dataplattform, databaser)
- Kobling til andre goder (forsikring, bonuser)(flyselskaper)
- Mister fordeler (rabatter, lisenser)
- Tap av lagret informasjon – slik kan det bli seende ut når man ikke tør eller kan:





Saul Steinberg 1961