

Innhold

1. Teknologi endrer samfunn	11
Teknologi som drivkraft	13
Ny teknologi endrer arbeidsprosesser	15
Fra søkemotorer til big data	18
Fra bits til fysiske ting og fra mennesker til maskiner	22
Konklusjon	24
2. Fra industrisamfunn til digitalt nettsamfunn	26
Fra informasjonsøkonomi til digital økonomi	29
Fra bøker til digitale tjenester	33
Konklusjon	38
3. Den immaterielle økonomiens røtter og utfordringer	39
Tingenes industrielle økonomi	41
Ut å stjele hester, eller tekster	42
Hva oppleves som rimelig?	43
Konklusjon	46
4. Kollektive, private og nettverksgoder	47
Allmenningens tragedie – om forvaltningen av kollektive goder	50
Samarbeid som økonomisk strategi	53
Nettverksgoder	54
Konklusjon	56
5. Oppmerksomhetsøkonomi	57
Oppmerksomhet som økonomisk gode	60
Oppmerksomhet er det nye knapphetsgodet	63
Opplevelser og underholdning	65
Konklusjon	66
6. Transaksjons- og koordineringskostnader	68
Koordineringsmodeller	70
6 typer transaksjonskostnader	71

Søkekostnader	72
Informasjonskostnader	75
Forhandlingskostnader	76
Beslutningskostnader	77
Evalueringskostnader	78
Tvangskostnader	79
Når de ansatte blir produksjonsmidlene.....	80
Relasjonskostnader	81
Asymmetrisk informasjon	82
Konklusjon	84
7. Rasjonalitet.....	86
Vanens makt.....	86
Bestselgereffekten.....	88
Rasjonelle valg	88
Avveininger mellom individets og kollektivets nytte	89
Filterboblen.....	91
Konklusjon	92
8. Digitale commoditytjenester.....	94
Hva særpreger commodities?	94
Typer og grader av commodities	97
Hvordan unngå at noe blir commodities?	98
Merkevareegenskaper	99
Bundling.....	100
Opplevelser.....	101
Innovasjon og produktutvikling.....	102
Digitale tjenester som commodities.....	103
Bedre enn gratis.....	104
Konklusjon	106
9. Nettverkseffekter og increasing returns.....	108
Increasing returns eller loven om økende utbytte	110
Metcalfs lov.....	112
Selvforsterkende vekst	116
Vekststrategier.....	116
Plugginn-vekst	117
Digitale dugnader	119
Den lange halen	120
Organisatoriske konsekvenser av nettverksøkonomien	123
Konklusjon	124

10. Delingsøkonomi	126
Tingenes verdi	127
Marked, offentlig tjeneste eller digital selvhjelp?	127
Offentlig versus privat økonomi	129
Nye fellesgoder og kollektivt forbruk	131
Tillit som grunnlag for deling	135
Forretningsmodeller for delingstjenester	137
Deling og takknemlighet	139
Delingsøkonomi i mikro- og makroperspektiv	140
Konklusjon	141
11. Digital økonomi i kontekst – bøker og sosiale medier	143
Fra bok til digital tjeneste.....	144
Sosiale mediers digitale økonomi	149
Konklusjon	152
Litteraturliste	155
Sluttnoter	160
Stikkord	171