



id: SI\_001

model: mistralai/mistral-large-2512

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: konkurranse

05\_handling: utforsk

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: syklisk

## Instans SI\_001

**Seeds:** strategisk | syklisk | konkurranse | sårbarhet | utforsk

**Analyse:** Å samle komplett prisdata på alle varer i verden er en strategisk illusjon – men en syklisk mulighet. Verden handler ikke om fullstendighet, men om konkurransedyktige innsikter i kritiske sårbarheter. Prisdata er ikke statisk; det er et dynamisk spill der aktører (butikker, plattformer, stater) kontinuerlig utforsker og utnytter asymmetrier.

### Konkrete utfordringer:

- Syklisk fragmentering:** Priser varierer med sesonger (f.eks. jordbær i juli vs. januar), valutakurser (NOK vs. USD for elektronikk), og lokale reguleringer (sukkeravgift i Norge vs. EU). En “komplett” database må derfor være tidsstemplett og geografisk lagdelt – men selv da vil 20% av varene stå for 80% av verdien (Pareto-prinsippet).
- Konkurranse som brems:** Amazon, Walmart og Alibaba blokkerer aktivt scraping (f.eks. CAPTCHA, IP-blokkering). Åpne API-er (som [Open Food Facts](#)) dekker bare 1,5M produkter – en dråpe i havet.
- Sårbarhet i kildene:** 60% av verdens handel skjer i “gråsoner” – uformelle markeder, bedriftsinterne priser, eller B2B-kontrakter (f.eks. stålpriser i Kina). Disse dataene er ikke tilgjengelige uten partnerskap eller etterretning.

**Dissens mot mainstream:** De fleste foreslår teknologiske løsninger (AI, web-scraping, blockchain). Men problemet er sosioøkonomisk: Priser er et konkurransemiddel. En “komplett” database vil alltid være etterpåklokskap – fordi aktører aktivt skjuler eller forvrenger data for å vinne marginer. Løsningen er ikke å samle alt, men å utforske de mest strategiske sårbarhetene:

- **Nøkkelvarer:** Identifiser 500 varer med høy prisvolatilitet (f.eks. olje, halvledere, sjømat) og bygg sykliske modeller for disse.



- **Konkurransarenaer:** Fokuser på markeder med høy konsentrasjon (f.eks. 3 selskaper kontrollerer 70% av kaffeprisen) og kartlegg deres sårbare prissettingsmønstre.
- **Proxy-data:** Bruk alternative kilder (f.eks. fraktkostnader, værdata, sosiale medier) for å estimere priser der direkte data mangler.

#### Neste steg:

1. **Bygg en “strategisk priskjerne”:** Start med 500 varer som dekker 80% av global handel (bruk UN Comtrade-data som utgangspunkt). Partner med lokale aktører (f.eks. dagligvarekjeder) for å få tilgang til sykliske prisendringer.
2. **Kartlegg konkurranseflaskehalser:** Identifiser 10 markeder med oligopolistisk prissetting (f.eks. gjødsel, legemidler) og utvikle sårbarhetsindekser for disse.
3. **Utvikle “proxy-API”:** Kombiner offentlige data (f.eks. tollstatistikk) med maskinlæring for å forutsi priser i lukkede markeder. Test på et pilotland (f.eks. Vietnam for tekstiler).

**Konklusjon:** Fullstendighet er en felle. Fokuser på hva som gir makt – og bygg et system som kontinuerlig utforsker de mest strategiske prisbevegelsene.