



id: SI_002

model: openai/gpt-5.4-mini

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_002

Seeds: strategisk | langsiktig | makt | mulighet | implementer

Å samle komplett prisdata på alle varer i verden er i praksis ikke et “data-problem”, men et **makt- og koordinasjonsproblem**. Pris er ikke bare et tall; den er flyktig, lokal, ofte skjult, og styres av aktører som har insentiv til å kontrollere tilgjengeligheten. Den strategiske feilen er å tro at man kan bygge én global database “ovenfra”. Det vil feile på dekning, kvalitet og oppdatering.

En mer realistisk langsiktig modell er å bygge et **prisnettverk** i tre lag:

1. Offentlige og institusjonelle kilder

Tolldata, skannedata, offentlige anbud, regulatoriske prisregistre, e-handelsfeeds, markedsplasser, kvitteringsdata. Dette gir bred dekning for varer med standardiserte identiteter.
Eksempler: GS1/EAN/UPC for forbruksvarer, HS-koder for handel, GTIN for identifikasjon.

2. Distribuert innsamling ved kanten

Mobilapper, browser-scraping, POS-integrasjoner, leverandør-API-er, crowdsourcing. For fysisk butikkpris er dette ofte eneste vei. Målet er ikke perfekt data, men høy frekvens og geografisk spredning.
Implementer med “capture once, normalize later”.

3. Styrt datamakt gjennom incentiver

De som eier data må få noe tilbake: markedsinnsikt, benchmark-priser, etterlevelsrapporter, eller tilgang til aggregert konkurranseintel. Uten incentiver får du bare fragmenter. Her ligger den største muligheten: et byttemarked for prisdata.



Det mest strategiske er å **ikke jage total dekning først**. Start med de 10–20 mest omsatte varekategoriene globalt: drivstoff, hvete, ris, sukker, melk, kaffe, telefoner, vitaminer, basisvarer i dagligvare. Det er her prisdata gir størst økonomisk effekt.

Skalering krever en standardisert modell:

- vare-ID
- pakningsstørrelse
- valuta
- tidspunkt
- sted
- kanal
- rabattform
- avgifter/skatt

Uten dette blir “komplette priser” bare støy.

Konklusjon: Fullstendig global prisdekning er sannsynligvis umulig. Men 80–90% dekning av økonomisk relevante varer er fullt mulig hvis man bygger et nettverk, ikke en database.

Neste steg:

1. Velg 15 varekategorier med høyest global omsetning og definer en felles prisstandard.
2. Bygg en pilot med 3 datakilder: e-handel, offentlige registre og crowdsourced butikkpriser.
3. Lag insentivmodellen som får butikker/leverandører til å dele data mot konkret verdi.