

## Arne Rogde Gramstads disputas for ph.d.-graden fredag 27. januar 2017: «Essays on Digital Markets»

### Sammendrag:

Avhandlingen er motivert av digitale teknologier og studerer hvordan bedrifter og forbrukere tilpasser seg karakteristika som er tilstede i digitale markeder. Avhandlingen belyser temaer som nettverkseffekter, sosiale nettverk, brukergenerert markedsføring, fri (åpen) programvare og piratkopiering. Avhandlingen består av fire uavhengige forskningsartikler, der de tre første er bidrag til anvendt økonomisk teori, mens den siste artikkelen er et empirisk bidrag.

Den første artikkelen studerer produkter der konsumenter har glede av knytte produktet til andre brukere over et sosialt nettverk, f.eks. produkter som benyttes til kommunikasjon eller fildeling. Videre studeres hvordan tilbydere av slike produkter utvikler optimale produktpakker. Analysen viser at det kan være optimalt å tilby produktpakker som i seg selv ikke er lønnsomme for selgeren, men som generer inntekter indirekte ved at andre forbrukere etterspør dyrere produktpakker. Videre vises det hvordan en markedskollaps kan oppstå i slike markeder.

Den andre artikkelen studerer optimal prising av produkter der kjøpere bidrar til å markedsføre produktene, et fenomen som særlig er tilstede på salgsplasser på internett. Blant annet viser analysen at priser kan svinge mye over tid som følge av varierende behov for å generere økt produktoppmerksomhet.

De to siste artiklene studerer samspillet mellom fri programvare og piratkopiering. I den ene artikkelen vises det hvordan piratkopiering kan motivere en tilbyder av proprietær programvare til å strategisk prise produktet sitt slik at fri programvare ikke oppnår nettverksgevinster. I en empirisk øvelse viser den siste artikkelen at det er en negativ sammenheng mellom utbredelsen av piratkopiert programvare og bruken av operativsystemet Linux.