



FERSKT: Ideer som å levere ferskt brød på døren kan fungere, mener Peder I. Furseth. FOTO: BUDSTIKKA

Advarer mot kopiering av nett-mat

BI-forsker Peder I. Furseth mener nye dagligvareaktører på nett må være originale dersom de skal klare å vinne frem.

Furseth er førsteamanuensis og forsker innen innovasjon og gründerskap.

Budstikka har skrevet flere artikler om dagligvarekampen på nett, senest om den nye aktør

ren Handleriet.no på Rud. De har 3000 dagligvarer og skal levere hjem på døren til folk.

– Er det mulig for nye aktører å slå gjennom i dette markedet? Det er nå mange om beinet?

– Jeg tror det er mulig for nye aktører dersom de gjør noe innovativt, sier BI-forsker Furseth.

– Innovasjon er å skape verdi av nye ideer, eller ved en ny kom-

binasjon av etablerte innsikter. Aktørene må skape merverdi eller en ny verdi i forhold til de som er i markedet nå, sier han.

Furseth advarer mot kopiering.

– Dersom nye aktører kun kopierer aktørene som allerede er i markedet nå, tviler jeg på om omsetningen blir lønnsom, mener BI-forskeren.

Han nevner levering av ferskt

brød på døren som eksempel. Det skjer i Stavanger.

– Der er det nå to selskaper som leverer ferske brød på døren om morgenen. Ferskheten gjør at en rekke personer betaler for dette. Dette er eksempler på enkle ideer, men der kundene får tilleggsverdi gjennom ferskhet, sier Furseth.

Marit Helland

marit.helland@budstikka.no

Barnehagene



Skavby Holmen (6). Her i bokstavlek med lærer Anne-Sofie Gislesen og medelev Lukas Roaldstveit.

ALLE FOTO: EVA GROVEN



ns selvportretter. – Vi har ikke kastet blyhar høy prioritet, sier Steffen Ruud.



POSITIVE: Tuva Amdal (10) og Maiken Gudmundsen Solheim (10) synes det er mer kreativt og mer lekende med Nettbrett enn uten.



DIGITAL SJEF: – Norske elever vil møte mer internasjonal konkurranse og et mer bevegelig arbeidsmarked, sier Hege Skryseth. FOTO: NINA ABRAHAMSEN

Enklere før, men morsommere nå

– Vi har fått et arbeidsliv som krever at man er nysgjerrig og holder seg oppdatert.

Det sier Hege Skryseth (49) som leder Kongsberg digital i Asker. Men at barnehagebarn trenger å lære seg programmering, er hun ikke umiddelbart enig i.

– Nei, det mener jeg er for tidlig. Barn skal få være barn i noen år, leke og klatre i trær, sier hun, og er litt bekymret for motorikken til de nye generasjonene.

– Det er viktig med en balanse mellom barndom og teknologi.

Store datamengder

Nesten 70 prosent av det Kongsberg Gruppen leverer, er programvare. Det er slikt som skal styre alle roboter. Digital teknologi vil treffe alle yrkesgrupper. Også håndverkere. Og bønder.

– Det var enklere før, men det er morsommere nå. Mange bransjer vil oppleve nye forretningsmodeller og mer konkurranse fra det internasjonale markedet. Det neste store som kommer er dataanalyse. Internett og software gir tilgang til en mengde data, spørsmålet er om – og hvordan vi kan nyttiggjøre oss dette. Det vil bli et skrikende behov for den type kompetanse fremover, mener Skryseth.

Fremtidens arbeidstagere må regne med å jobbe og konkurrere i internasjonale miljøer. En tredjedel av Kongsberg Digital



INDISK: «Digital India» tar India ut av fattigdommen, sier Deepak Kumar Swain i Kongsberg Digital.

ansatte, rundt 80 personer, sitter i India.

– Også selskaper som Facebook, Google og Microsoft har rundt en tredjedel av staben der, sier Hege Skryseth.

Avdelingsleder i Kongsberg Digital, Deepak Kumar Swain, er stort sett stasjonert i Asker.

– Indias president Narendra Modi har en kampanje i gang som heter «Digital India». Det går blant annet ut på å bygge 100 digitale smart-byer. Digital teknologi i utdanningen settes i gang både i byer og på landsbygda. Av fem millioner studenter i India utdannes rundt 1,3 millioner innen digital teknologi, sier Deepak Kumar Swain.

Nina Abrahamson

nina.abrahamson@budstikka.no