

SVD 6/2 2003

Skapa sug efter 3G

Att bara bygga master för 3G, tredje generationens mobiltelefoni, hjälper inte. Utan en efterfrågan kan tekniken aldrig ha en framtid. Skapa därför marknaden först, skriver Allan T Malm och Bertil Thorngren, professorer i företagsekonomi.

Utan efterfrågan på 3G riskerar projektet att bli ett gigantiskt fiasko. Foto: Gunnar Lundmark

Mobiltelefonin har hamnat i något av en utvecklingsfälla. Den gamla telekomlogiken med integrerade operatörer som ensammar svarar för alla funktioner har kolliderat med Internet som bygger på en helt annan logik och ställer krav på nya affärsmodeller. Samtidigt har dyra 3G-licenser för lång tid framåt förstört de stora europeiska operatörernas ekonomi. Summan av det hela är att en allmän missmodighet spridit sig i branschen och att alla väntar på något som skulle kunna vända utvecklingen.

Den svenska debattens fokusering på utbyggnaden av 3G - i form av antalet antenner och basstationer samt hur snabbt dessa kan komma på plats har varit olycklig och gjort att man glömt att det tar lång tid att utveckla en marknad. Det har tagit 20 år att göra mobiltelefonen till något som nästan varje svensk använder. Möjligheten att sända textmeddelanden via mobil (SMS) fanns i åtminstone fem år innan användningen tog fart och nu blivit en betydande inkomstkälla för operatörerna.

Det finns inget skäl att anta att det ska gå väsentligt snabbare att bygga lönsamma marknader för de nya tjänster som nu är möjliga. Det handlar om ett antal år. Därför är marknadsutveckling den mest kritiska faktorn för branschens utveckling. De allra flesta av de nya tjänsterna som bildöverföring och navigations, bank-, hälso- och trygghetstjänster är faktiskt fullt möjliga att använda redan med dagens nät och dagens mobiltelefoner.

I andra länder, t ex Japan och Sydkorea, är dessa tjänster redan i dagligt bruk, flera år innan några nya så kallade 3G-nät hunnit nå allmän täckning. Också i USA har man valt att prioritera nya tjänster över redan befintliga nät, samt att därmed låta övergång till och utbyggnad av 3G-nät ske gradvis i takt med att behoven av ännu högre kapacitet och fart faktiskt växer.

Utanför Europa har man således i första hand utgått från användarna och tjänsternas praktiska användbarhet och först i andra hand från vilken "generation" av teknik som utnyttjas.

Ur kundens perspektiv är det den praktiska nyttan av tjänsterna och prislappen som är avgörande. Övergång till en ny generation teknik är intresse för användarna enbart om den kan erbjuda påtagligt lägre priser eller radikalt nya tjänster utöver vad de flesta redan i dag har tillgång till.

Vår fokusering på teknik har närmast karaktär av ett systemfel - ju hårdare man arbetar på det spåret desto mer utarmade blir operatörerna och desto svårare blir det att göra investeringarna i 3G lönsamma.

Det kan låta paradoxalt men det bästa sättet att bereda vägen för nästa teknikgeneration är sannolikt att sluta tala om den och i stället utnyttja existerande nät för att skapa marknad för de nya tjänsterna.

Till bilden hör att det nu också finns konkurrerande alternativ till 3G t ex trådlösa datornätverk (W-lan) som kan ge hög överföringskapacitet på flygplatser, järnvägsstationer och hotell. W-lan är redan på väg att invadera en viktig del av det marknadsutrymme som var tänkt för 3G. Det finns även andra nya teknologier för full mobilitet som utlovar betydligt högre överföringskapaciteter än 3G till lägre kostnad (se t ex www.flarion.com). Utvecklingen av dessa fjärde generationens teknologier sker i USA.

Ingen kan i dag bedöma hur länge 3G kommer att vara konkurrenskraftig. Klart är att konkurrerande teknologier gör det ännu viktigare att komma igång med utveckling av marknaderna för databaserade mobila tjänster. Här följer några exempel på initiativ som skulle kunna främja en sådan utveckling.

1. Gör datatjänsterna användarvänliga. Uppgraderingen av våra vanliga GSM-nät till datatrafik (GPRS) har inte blivit någon framgång. Även om de flesta nya telefoner är utrustade för att utnyttja de nya tjänsterna, t ex att sända och ta emot bilder, så är det en försvinnande liten del av användarna (5-10 procent) som sett anledning att lösa tilläggsabonnemang. Är denna extra pappersexercis verkligen nödvändig? Varför obegripliga förkortningar som GPRS? Varför inte i stället i klartext informera om vad de nya tjänsterna kan erbjuda företag och privatkunder. Det är faktiskt anmärkningsvärt att inte operatörerna gjort mera för att underlätta för användarna.

2. Skapa en standard för säker identifiering på mobiltelefon. Identifiering kan göra mobilen till plånbok. Frågan har diskuterats sedan länge på olika håll men inget har hänt. Ett kraftfullt initiativ till samarbete här skulle öppna upp för en lång rad för konsumenten intressanta tjänster, t ex biljetter, småbetalningar, bankärenden.

3. Lansera de offentliga tjänster som företrädare för regeringen så länge talat om, t ex trygghetstjänster i sjukvård och äldreomsorg.

4. Bygg de nya näten så billigt som möjligt. Annars blir kostnaden så hög jämfört med vanlig GSM att användarna kanske inte vill vara med och betala.

Om det ska finnas en lönsam marknad för 3G om ett par år måste den börja byggas nu. Annars riskerar 3G att bli ett nytt Stålverk 80 med en skog av master som ingen vill använda.

Allan T Malm
professor i företagsekonomi
Lunds universitet
Bertil Thorngren
professor i företagsekonomi
Handelshögskolan i Stockholm

--
Bertil Thorngren, Dr.Econ
Professor and Head
Center for Information and
Communications Research (CIC)
Stockholm School of Economics
P.O.Box 6501
SE-11383 Stockholm