

Brittiekonomisti mallintaa piratismiin hintaa

25.3.2008 11:03 — Aleksis Moisio aleksi.moisio@sanoma.fi

Oxfordin yliopiston taloustieteilijän mukaan piratismista on taloudellista haittaa ainoastaan silloin kun kuluttaja olisi ollut valmis ostamaan tuotteen.

Piratismi ei välttämättä aiheuta taloudellisia menetyksiä vaan saattaa itse asiassa auttaa tuotteen markkinoinnissa, arvioi Oxfordin yliopiston ekonomisti **Karen Croxson** Royal Economic Societyn vuosittaisessa konferenssissa pitämässä [puheessa](#).

Croxson muistutti, että piraattikopioiden levittäminen voi aiheuttaa taloudellisia ongelmia ainoastaan siinä tapauksessa, että kuluttaja olisi ollut valmis ostamaan tuotteen. Tietyissä tapauksissa piraattikopioiden jakaminen voi parantaa tuotteen tunnettavuutta.

Croxsonin on kehittänyt mallia, jonka avulla voidaan laskea piratismiin "hintaa".

Puheessaan Croxson kysyi, minkä vuoksi osa yrityksistä kehittää erittäin tiukkoja kopionestoja kun taas osa suhtautuu digitaalisten tuotteiden piraattikopioiden levittämiseen hällä väliä - asenteella.

Esimerkiksi tietokonepelit ovat raskaasti suojattuja sen vuoksi, että ne on suunnattu nuorisomarkkinoille. Nuoriso arvostaa yleensä pelejä eniten, mutta ei murehdi piratismista yhtä paljon kuin vanhemmat. Nuorisolla on myös eniten aikaa käytössään.

Piratismiin "hintaa" nuorisolle onkin Croxsonin mukaan matala. Samalla piratismi vaikuttaa negatiivisesti peliyhtiöiden liiketoimintaan vähentämällä tuotteiden myyntiä. Siksi piratismi estetään kovin ottein.

Bisnesohjelmien valmistajat eivät Croxsonin mukaan ole lainkaan yhtä huolestuneita piratismista.

Croxsonin kehittämän mallin mukaan tämä johtuu siitä, että ammatilliset käyttäjät arvostavat enemmän toimisto-ohjelmistoja kuin opiskelijat. Samaan aikaan piratismiin kustannukset ovat heille korkeampia, koska heillä on

vähemmän vapaa-aikaa ja he huolehtivat laillisista seuraamuksista enemmän.

Koska arvokkaat käyttäjät eivät innostu kopioimisesta, bisnesohjelmien valmistajat ovat suojatumpia myynnin laskua vastaan.

- Piratismiin taipuvaisemmat, kuten ehkä opiskelijat, eivät olisi ostaneet tuotetta kuitenkaan, joten sen piraattikopiot toimivat oikeastaan ilmaisena mainoksena. Tämä auttaa selittämään, miksi bisnesohjelmistojen valmistajat eivät käytä yhtä paljon resursseja kopionestojen tekemiseen kuin tietokonepelivalmistajat, Croxson sanoi.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/03/25/brittiekonomisti-mallintaa-piratismin-hintaa/20088405/66>