

Spalte om teknologi og digitalisering

I denne spalten vil Lars Erlend Leganger og noen av hans kollegaer skrive om aktuelle temaer innen teknologi/digitalisering som direkte eller indirekte også vil påvirke revisors

hverdag. Lars Erlend er AI-ekspert og direktør i PwC. Han har en PhD i teoretisk fysikk fra NTNU.

Metaverset, VR, og kampen om interaksjonsflatene

Høsten 2021 endret Facebook navn til Meta. Det nye navnet spiller på metaverset – en hypotetisk fremtidig slektning av internettet, der virtuell virkelighet-teknologi (ofte forkortet VR, fra engelsk «virtual reality») lar den virkelige verden veves tettere sammen med den digitale verden vi i dag navigerer gjennom skjermer på datamaskiner og mobiltelefoner.



PhD
Lars Erlend Leganger
Direktør i PwC

Navnebyttet gjorde det endelig klart, etter flere år med oppkjøp og utforskning av VR, at Facebooks grunnlegger Mark Zuckerberg er villig til å satse svært mye på at metaverset blir stedet der vi i fremtiden arbeider, møtes, og lever våre (digitale) liv – og ikke minst at Meta/Facebook skal være en sentral aktør i VR-verdikjeden.

Datafangst

Ved første øyekast er det ikke åpenbart hvorfor sosiale medier (SoMe)-selskapet tidligere kjent som Facebook skal drive med VR. Hva er fellesnevneren mellom SoMe og VR? Svaret er datafangst. Grunnen til at det er gratis for deg å bruke Meta/Facebooks produkter er at bruksmønsteret ditt over tid gir Facebook et (for noen skremmende) presist bilde av hvem du er, hva du er interessert i, og hvilke knapper en skal trykke på for å påvirke deg. Disse dataene gjør det mulig å servere deg treffsikre budskap – og i årevis har de gjort

Kategorier	Zettle by PayPal av lizy	tidypay	DNB	SpeedyCraft
Alle	Zettle	Tidypay	DNB	SpeedyCraft
Avstemming				
Bank				
Bemanning				
Betalings tjenester				
Booking				
CRM	AUTOGEAR ELEKTRONISK KLUBBEROK	maestro ^m	EG Hano	total
Fagsystemer	Autogear	Maestro Årsoppgjør	EG Hano	Visma Total Årsoppgjør
Finansielle tjenester				
HRM				
Inkasso				
Kassesystem	SpareBank 1	amendo	SmartDok	SuperOffice
Lager og logistikk	Sparebank 1	Amendo Group	SmartDok	SuperOffice
Nettbutikk				
Prosjekt				
Rapportering				
Reise/Utleie				
Styrearbeid	GO digital	Planday	Ongoing	onestop REPORTING
Timeføring	GO Digital	Planday	Ongoing Warehouse	OneStop Reporting
Årsavslutning				

Figur 1: Eksempler på integrasjonsmuligheter i skybaserte regnskapssystemer (skjermmklipp fra tripletex.no).

det mulig for Facebook å ta seg godt betalt for annonser på plattformene sine.

Facebook må føye seg etter Apple

Den siste tiden har imidlertid Facebooks reklameinntekter stupt. En av hovedårsakene er Apples lansering av

App Tracking Transparency (ATT) i 2021. ATT gjør det vanskeligere for Facebook å samle brukerdataene de trenger for å selge treffsikre annonser.¹ Dette er et eksempel på verdien av å kontrollere interaksjonsflaten: Zucker-

¹ www.forbes.com/sites/kateoflahertyuk/2022/04/23/apple-just-issued-stunning-12-billion-blow-to-facebook/



VR-brille med bildeteksten: Morgendagens økosystem for våre digitale liv blir kanskje Virtual reality og metaverset?

berg kan klage så mye han vil, men så lenge det er Apple som kontrollerer en av de viktigste flatene der Facebook konsumeres – iPhone og andre iOS-enheter – må Facebook bare godta de endringene Apple gjør.

Den viktige interaksjonsflaten

Løsningen for Meta/Facebook er enkel å se – om ikke enkel å gjennomføre: Når kontroll over interaksjonsflaten er så viktig for forretningsmodellen, må de skape en interaksjonsflate de selv kontrollerer. Apples stålkontroll på økosystemet rundt musikkspilleren iPod var sentral for at de gikk seirende ut av kampen om nedlastbar musikk-markedet. Da Amazon skulle begynne å selge digitale bøker, utviklet de lesebrettet Kindle for å sikre kontroll over kundens ebok-leseopplevelse. Spørsmålet er hva denne interaksjonsflaten skal være for Facebook: Meta-mobiltelefon? Lykke til i kampen mot iPhone og Android. Meta-nettleser på datamaskinen? Den bør i så fall være signifikant bedre enn Firefox, Chrome, Edge, og Safari – heller ingen enkel oppgave. Nei, slaget om kontrollen over dagens digitale interaksjonsflater er nok tapt for Meta/Facebook. Da gjelder det å se fremover, og det bringer oss tilbake til VR.

Vedder på VR og metaverset

Zuckerberg og Metas store veddemål er at VR vil erstatte mobiltelefonen som den neste store digitale interaksjonsflaten. Tilbake i 2014 kjøpte Facebook VR-brille-produzenten Oculus, og med morselskapets støtte har Oculus nå en virtuell virkelighet-markedsandel på anslagsvis 70 %.² Det er et åpent spørsmål om VR vil ta av slik Zuckerberg håper, men hvis det gjør det, er altså Meta/Facebook godt plassert for å legge premissene for hvordan metavers-økosystemet skal se ut. Her er det stort potensial for den som er i bransjen for datadrevne produkter. Data om hva du bruker VR-brillene dine til, kan få dagens brukerdatafangst til å blekne – inne i metaverset kan hver bevegelse og hvert blick spores, og kameraene i brillene kan i teorien brukes til å scanne omgivelsene dine for å hente enda mer data om hvem du er og hvilke annonser du kan være i målgruppen for.³ I kampen om kontroll over fremtidens interaksjonsflater fremstår VR og metaverset som et gjennomtenkt veddemål for Meta/Facebook.

Økosystemer for alt som berører regnskapet

Morgendagens økosystem for våre digitale liv blir altså kanskje VR og metaverset. Hva så med revisjon og regnskap – hvordan vil fremtidens digitale interaksjonsflater for regnskapstall se ut? Overgangen til skybaserte regnskapssystemer – hvor kunden bruker nettlesere eller andre såkalt tynne klienter til å kommunisere med et sentralisert system i skyen – gjør systemleverandørene perfekt posisjonert til å bygge digitale økosystemer for alt som berører regnskapet. Dagens mest fremoverlente systemleverandører går da også langt i å tilrettelegge for eksterne utviklere, og har møysommelig bygget opp «app-butikker» med hundrevis av tredjeparts-integrasjoner, som lar bedrifter bruke regnskapssystemet som interaksjonsflate for alt fra banktjenester og årsoppgjør til nettkjøp, inkasso, HMS- og kvalitetsstyring (se figur 1). Ikke bare gjør rikholdige app/integrasjon-økosystemer regnskapssystemene mer attraktive for kundene, de gir også systemleverandørene som kontrollerer plattformene muligheten til å samle verdifulle data om bransjer, bruksmønstre, trender, og muligheter.

Om Zuckerberg en dag bestemmer seg for å satse på datadrevne produkter og tjenester rettet mot bedriftsmarkedet, kan Metas neste oppkjøp fort være en regnskapssystemleverandør.

² www.counterpointresearch.com/global-xr-ar-vr-headsets-market-share/

³ I en uttalelse fra 2019 sier Facebook at de ikke samler bilder fra VR-brille-kameraer i dag. Hvem vet hva fremtiden vil bringe. www.roadtovr.com/oculus-quest-camera-privacy-rift-s-facebook/