



Agenda & Personalia

Voor meer informatie en een volledig overzicht van de Nederlandse economische agenda kunt u terecht op www.esb.nu/agenda

Juli

10

DNB seminar – *On the sources of slow wage growth on both sides of the Atlantic*, Bart Hobijn (Arizona State University)

Pakhuis de Zwijger – *Grijze belastingen: hoe de fiscus een circulaire economie in de weg zit* (Follow The Money, Blue City en Ex'Tax)

VERSLAGEN RECENTE BIJEENKOMSTEN

Op www.esb.nu/verslag-platformeconomie vindt u een verslag van ket KVS-economencafe op 12 juni over de platformeconomie

Op www.detoekomstopderails.nl vindt u verslagen van de seminars op 8 en 22 juni in het kader van de seminar- en publicatierreeks over De Toekomst op de Rails

DISCUSSIE OVER AFVALBEPRIJZING

Raymond Gradus en Elbert Dijkgraaf onderzoeken in ESB 4756 waarom gemeenten overstappen op gedifferentieerde tarieven in de afvalstoffenheffing. Ze vinden dat gemeenten met gefragmenteerde gemeenteraden minder vaak overstappen. Corine Hoeben betoogt op de website van ESB dat deze conclusie niet getrokken kan worden als gemeentelijke herindelingen op een andere manier meegenomen worden in de analyse. Gradus en Dijkgraaf reageren. Zie: www.esb.nu/discussie-afvalbeprijzing.



Google als

Ik kan heel gelukkig worden van een goede discussie over marktordening. Het mooie aan zo'n marktordeningdiscussie is namelijk dat je met een beperkt aantal logisch samenhangende begrippen best verstrekkende conclusies kunt trekken – bijvoorbeeld dat de markt voor internetzoekopdrachten in feite een natuurlijk monopolie is, en dat er daarom waarschijnlijk te weinig innovatie is en te hoge advertentieprijs zijn (ik ga dit uitleggen).

Dit ESB-themanummer over verplicht datadelen maakt me verder extra gelukkig. Niet alleen blijken de uren die ik in de collegebanken heb doorgebracht goed besteed – ik kan mijn marktordeningbegrippenapparaat inzetten. Ook is er de toepassing op een van de meest booming onderwerpen, de data-economie; lees wat dit betreft de bijdrage van Joost Witteman, Erik Brouwer en Tom Smits over hoe booming de rol van data in de economie is. En over beide, marktordening en data-economie, heb ik wat bijgeleerd.

NATUURLIJK MONOPOLIE

Een natuurlijk monopolie is een marktordening waarbij het efficiënter is als de markt door één bedrijf bediend wordt, in plaats van door meerdere kleine bedrijven. In de collegeboeken gaat het daarbij over industrieën die een enorme kapitaalinvestering vooraf vergen, terwijl de marginale kosten van één extra product verwaarloosbaar zijn. Drinkwater en telecom zijn bekende voorbeelden.

Ook markten waarbij data een belangrijke productiviteitsverhogende factor vormen, kunnen natuurlijke monopolies zijn. Het idee is dan dat de toegang tot de database de producten van de monopolist zoveel beter maakt dat het aangaan van concurrentie niet loont voor

Data zijn geen productiefactor, maar wel productiviteitsverhogend

JOOST WITTEMAN, ERIK BROUWER EN TOM SMITS

294

Verplichte datadeling voor specifieke sectoren noodzaak

INGE GRAEF EN JENS PRÜFER

298

De economische wenselijkheid van eigendomsrechten over persoonsgegevens

GELIJN WERNER, ANDOR VAN DONGEN EN GEERTJAN HOLTROP

302

Een algemene verplichting tot datadeling is niet wenselijk

FREEK BRUGGERT EN JAN TICHEM

306

Privacy versus repliceerbaarheid

PIERRE KONING

309

natuurlijke monopolist

concurrenten met een slim algoritme maar zonder toegang tot de database.

GOOGLE

Het canonieke voorbeeld hiervan is de zoekmachine Google. Doordat Google een slimmer algoritme had dan zijn concurrenten is het bedrijf rond de eeuwwisseling opgekomen in een markt met meerdere concurrenten (Yahoo, Altavista en, in Nederland, Ilse). Met meer marktaandeel kreeg Google echter ook meer data, die het in staat stelden om zijn zoekalgoritme verder te verbeteren. Dat proces, die kwaliteitsverbetering, blijft doorgaan, zo leggen Inge Graef en Jens Prüfer uit in deze ESB. Ze citeren daarbij McAfee et al. (2015): “Zelfs op de schaal van het internet maken meer gegevens het resultaat van zoekopdrachten beter.”

De hogere kwaliteit van zoekresultaten stelt Google vervolgens in staat om meer gebruikers aan te trekken en om bij hun zoekresultaten gericht advertenties te plaatsen. Omdat de adverteerder beter zijn doelgroep kan bereiken, is hij bereid meer te betalen.

De monopoliepositie in de huidige markt lijkt natuurlijk. Mocht een concurrent een beter algoritme bedenken, dan is het heel lastig dit concurrerend te maken, omdat daarvoor de database van Google onontbeerlijk is. Vandaar dat vernieuwing van de monopolist zelf komen, maar heeft deze daarvoor de juiste prikkels?

MONOPOLISTENGEDRAG

Een natuurlijk monopolie mag dan efficiënt zijn, maar het heeft ook nadelen voor afnemers van de producten. Zo kan een monopolist hogere prijzen rekenen of een slechter product op de markt zetten. Wat betreft datagestuurde natuurlijke monopolies liggen de belangrijkste zorgen bij een toekomstig gebrek aan innovatie, aldus Gelijk Werner, Andor van Dongen en Geertjan Holtrop in hun bijdrage.

Nu is opsplitsen van een natuurlijk monopolie niet per se handig. De uit de splitsing ontstane kleinere bedrijven hebben namelijk per product hogere kosten dan dat de monopolist heeft. In dat geval is het beter om het monopolie door de overheid te laten verzorgen, zoals bij drinkwater, of om scherp te reguleren, bijvoorbeeld door prijzen vast te stellen, zoals in de telecom.

De aard van de productie van datagestuurde natuurlijke monopolies is echter anders dan die van de natuurlijke monopolies die we gewend zijn. Bij de drinkwatervoorziening kan het de productietechniek zijn die het monopolie ‘natuurlijk’ maakt, maar door een partij tegelijkertijd worden uitgebaat. Een bedrijf gaat over de leidingen, of doet dat niet. Data zijn echter niet-rivaliserend. Meerdere partijen kunnen voor hun producten

gebruikmaken van kopieën van dezelfde database.

Vandaar het idee om natuurlijke monopolisten te verplichten data te delen. Als de monopolist derden toegang tot zijn data moet geven, behoudt hij zelf toch die toegang en daarmee ook de productietechniek. Wel wordt hij hierdoor ineens gedwongen om de concurrentie aan te gaan betreffende de kwaliteit of prijs van zijn product dat van die data gebruikmaakt.

KANTTEKENINGEN

Verplicht datadelen lijkt een elegante, 21e-eeuwse oplossing voor een 21e-eeuws probleem, en ook de wetenschap is daarbij gebaat; zie de column van Pierre Koning. Het heeft echter wel degelijk keerzijdes. Ten eerste moet het aannemelijk zijn dat er sprake is van een natuurlijk monopolie, ten tweede dat de beschikking over de data het cruciale element in de productie is, en ten derde moet de verplichting om data te delen slechts een beperkt effect hebben op de prikkels voor een bedrijf om data te verzamelen. Want als bedrijven door een datadeelverplichting niets meer kunnen verdienen aan het verzamelen van data, dan stoppen ze daarmee en wordt iedere innovatie in de kiem gesmoord. In het artikel door Freek Bruggert en Jan Tichem van de Autoriteit Consument & Markt worden deze bezwaren verwoord.

Mochten deze bezwaren hout snijden, dan is er de Mededingingswet voor het omgaan met excessen. Het aanpakken van techbedrijven door de mededingingsautoriteiten is echter niet eenvoudig, zo legt Jean Tirole in een recent in Quartz verschenen interview uit (Quartz, 2018).

LITERATUUR

McAfee, P., J. Rao, A. Kannan et al. (2015) Measuring scale economics in search. Diavoorstelling te vinden op www.learn-conference2015.com.

Quartz (2018) A Nobel-winning economist's guide to taming tech monopolies.

Interview met Jean Tirole te vinden op qz.com.

JASPER LUKKEZEN

Hoofdredacteur
lukkezen@economie.nl

