



Internet en het 'economisch klimaat'

Auteur(s):

Dolfsma, D.A.
TU Delft, sectie Economie van innovatie, en International Institute of Infonomics.

Verschenen in:

ESB, 85e jaargang, nr. 4270, pagina 679, 8 september 2000

Rubriek:

Prikkel

Trefwoord(en):

Het kan verkeren: ruim een half jaar geleden, op het voorlopig hoogtepunt van de verwachtingen rond internet, werd algemeen een gouden toekomst voor elektronische handel voorzien. Daartoe werd ook het 'business to consumer'-deel van de elektronische handel gerekend: de elektronische detailhandel. Deze beslaat 'slechts' een vijfde van de totale internethandel, maar is wel het meest opvallend. De voordelen van de online winkelstraat lijken evident: ruime keuze, scherpe prijzen, geen parkeerproblemen, en desnoods ook 's nachts geopend. Wie zou er nog naar een echte winkel willen gaan? Het moment dat online off-line zou wegvagen, was in aantocht.

Voor de tweede achtereenvolgende keer zijn bij de orderverwerking in de cruciale kerstperiode de nodige fouten gemaakt. Meer dan de normale tien procent van de orders werd niet uitgevoerd. Bij een ander hoogtepunt voor de detailhandel, Valentijnsdag, was zelfs de levering van digitale briefkaarten, een volledig te automatiseren handeling, abominabel: nog geen tweederde arriveerde op tijd. In het licht van de hooggespannen verwachtingen over de vlucht die de elektronische handel zou nemen, is dit teleurstellend. Beleggers vluchtten zelfs uit aandelen Amazon, dat met eBay en Priceline negentig procent van de ruim 33 miljard dollar grote e-tailhandelsmarkt in handen heeft: het aandeel daalde onlangs in één enkele week 27 procent in waarde. De verwachting dat digitale detailhandel de fysieke handel grotendeels zou wegvagen, is nu wel verdwenen. Zelfs de meest optimistische onderzoeksbureaus op het internet, die vaak een belang hebben bij opgeschroefde verwachtingen, zijn nu voorzichtiger. Hoe kan het ook anders: mensen vinden winkelen leuk en niet uitsluitend een noodzakelijk kwaad. Consumptie heeft sociale aspecten die een functionalistische kijk op geld uitgeven negeert. Vooralnsog is de sociale kant van consumptie op het internet slecht ontwikkeld.

Nu de *directe* effecten van internet op de economie voorlopig nog minder dramatisch zijn dan verwacht, moeten we dan concluderen dat internet in economische zin een marginaal verschijnsel is? Nee, want daarmee zouden de *indirecte* gevolgen voor de economie vergeten worden. Deze indirecte gevolgen zou ik willen samenvatten onder de noemer 'economisch klimaat'. Ook al gebruiken mensen het internet niet op grote schaal om aankopen te doen, men hoort en leest er wel over. De indruk ontstaat dan, dat de keuze er groot is en de prijzen laag. Import, parallel of niet, digitaal of niet, van boeken en cd's, doet dan goedkoop aan in vergelijking met de prijzen die in de detailhandel om de hoek gelden. Ook al zou men geen boek kopen bij amazon.co.uk en is daarmee deze Engelse afdeling van het Amerikaanse Amazon geen concurrent van Donner in de eigenlijke zin van het woord, men is toch minder snel geneigd de relatief hoge prijs bij Donner op de Lijnbaan te betalen. Vaste boekenprijzen zijn er in Engeland immers niet, en als Amazon zich juridisch op bijvoorbeeld de Kanaaleilanden vestigt, betaalt het ook nauwelijks belastingen. De Kanaaleilanden leggen intussen de benodigde infrastructuur aan om dergelijke 'arbitrage' te faciliteren. Verzendkosten zijn niet gering, maar de manier waarop die berekend worden, is niet altijd even helder voor de klant. Hoewel we hier in technische zin over gescheiden markten moeten praten, zijn er duidelijk spill-over effecten van een algemene soort die het economisch klimaat beïnvloeden.

Aldus ontstaat er indirect een neerwaartse druk op prijzen en marges voor een breed scala aan producten, van boeken en cd's, tot en met de commissie die bij aan- of verkoop van aandelen gevraagd kan worden. Overheidsbeleid kan ook het veranderend economisch klimaat niet negeren: is het na het moratorium op het heffen van btw op internet-handel nog mogelijk deze belasting ook op e-commerce toe te passen? Ons *Belastingplan voor de 21e eeuw*, waar de nadruk op indirecte vormen van belastingheffing ligt, gaat dan geen eeuw mee. De verleiding voor sommige landen zal te groot zijn om slechts een marginale onzetzbelasting te heffen. Of de druk van de OESO om hen hier van af te brengen afdoende effectief zal zijn, is twijfelachtig¹.

Wie eens een duik in de geschiedenis van de technologie gemaakt heeft, hoeft het niet te verbazen dat de eerste verwachtingen over de effecten van nieuwe technologieën vaak niet uitkomen. Met name de indirecte gevolgen van ontwikkelingen rond internet voor het economisch klimaat, zijn even geducht als onvoorspelbaar. Prijzen en marges voor bestaande, meer homogene producten komen onder druk te staan. Daarmee ontstaat een belangrijke prikkel voor bedrijven om productinnovatie en -differentiatie te realiseren.

Deze ontwikkelingen bieden uitdagingen voor overheden. Welke grondslag voor inkomstengeneratie kunnen zij vinden die niet de vluchtigheid van het internet heeft, maar wel duurzaamheid biedt en legitimiteit bezit? Heeft de overheid als onafhankelijke en gerespecteerde bron van informatie een ondersteunende rol te spelen bij het beoordelen van de explosief groeiende hoeveelheid fysieke én digitale producten? De producten rond onderwijs en gezondheidszorg vormen wellicht een eerste uitdaging

