

Transactiekosten zijn bepalend in de deeleconomie

Gebruikskennis van ICT en sociale media verlagen de informatiekosten, en daarmee de transactiekosten, van lenen en huren van spullen ten opzichte van eigen bezit. Dit is bepalend voor de marktordening in de deeleconomie. Grootschalige commerciële bemiddelaars lijken de overhand te hebben boven kleinschalige coöperatieve verbanden, aangezien zij beter de kosten weten te verlagen van het verwerven en handhaven van een reputatie van betrouwbaarheid.

FRANK DEN BUTTER
Hoogleraar aan de Vrije Universiteit Amsterdam

De documentaire *Het verdwijnen van bezit* (VU Connected, 2013) schetst twee toekomstscenario's voor de marktordening van de deeleconomie. In het ene scenario domineren grote bedrijven de deeleconomie, en het andere schetst een wereld waarin men zich verenigt in kleine coöperatieve netwerken. Op dit moment lijkt de deeleconomie zich vooral volgens het eerste scenario te ontwikkelen. Zo hadden de grote commerciële bedrijven Airbnb en Uber in 2015 respectievelijk een omzetgroei van zeventig procent en een verdrievoudiging van het aantal taxiriten. De groei, en zeker ook de omvang van verzekeringen voor ondernemers via broodfondsen als voorbeeld van kleinschalige coöperatieve verbanden, valt daarbij in het niet. Hoe kan het dat commerciële bemiddelaars het in vergelijking met coöperatieve netwerken zo veel beter doen?

LAGERE TRANSACTIEKOSTEN, MEER DEELECONOMIE

De deeleconomie heeft een hoge vlucht kunnen nemen dankzij lagere transactiekosten, als gevolg van de mogelijkheden die het internet en andere vormen van ICT bieden (Henten en Windekilde, 2016). Dit is in overeenstemming met het gedachtegoed van Coase (1937) en Williamson (1985), waarin transactiekosten bepalen hoe productie wordt georganiseerd. Het delen van bezit is overigens niet nieuw: consumenten hebben al langer dan het internet

bestaat de keuze tussen bezitten, huren en lenen voor het gebruik van goederen. Naast persoonlijke voorkeuren voor bezit, maken zij bij hun keuzen een afweging tussen de kosten van lenen en huren, en de kosten van bezit. Eigen bezit betekent hogere kapitaalkosten en minder efficiënt gebruik van goederen, terwijl bij deelgebruik de transactiekosten hoger zijn. Deze transactiekosten komen voort uit de tijd die men kwijt is aan het zoeken naar een geschikt product, aan het inwinnen van informatie en aan het inschatten van de betrouwbaarheid van de transactiepartner. Wanneer deze transactiekosten omlaag gaan, zal dus eerder de keuze voor lenen of huren worden gemaakt dan voor eigen bezit.

VELE FACETTEN VAN TRANSACTIEKOSTEN

Transactiekosten kennen veel facetten. Zo maakt de WRR (2003) onderscheid tussen harde en zachte transactiekosten. De eerste soort zijn goed waarneembaar, zoals transportkosten en tarieven, terwijl zachte transactiekosten minder goed te meten zijn, zoals informatie-inwinning, organisatie en elkaar leren begrijpen. Natuurlijk spelen harde transactiekosten een rol in de deeleconomie, zoals de mogelijkheid tot ontwijking van de btw of toeristenbelasting. Maar verschillende vormen van zachte transactiekosten lijken het meest van belang. Zo zijn er de kosten voor informatie en zoeken aangaande waar en wanneer de benodigde spullen beschikbaar zijn, door wie en waar benodigde diensten verleend kunnen worden, dan wel informatie over wie op welk moment behoefte heeft aan het gebruik van spullen of aan het verlenen van diensten. Ook het onbegrip over hoe dit is geregeld, brengt extra transactiekosten met zich mee. Een reden dat ICT zulke transactiekosten verlaagt, is dat degenen die de gewenste spullen in de buurt willen verhuren of uitlenen, gemakkelijker te vinden zijn. Zo is de in smartphones ingebouwde gps van wezenlijk belang voor de taxidiensten van Uber.

REPUTATIE VAN BETROUWBAARHEID

Het verkrijgen van informatie over de betrouwbaarheid van de transactie is een onderscheidende kostenfactor in de deeleconomie. Deze kosten betreffen de opbouw en onder-

houd van, en het oordeel over, de reputatie van de transactiepartner. Hierbij kunnen twee typen transactiekosten worden onderscheiden. Type 1 betreft de kosten van het via internet verkrijgen van reputatie-informatie. Deze kosten zijn sterk gerelateerd aan ICT-kennis van zowel de klant als de aanbieder. Grote commerciële bemiddelaars maken gebruik van allerhande klantbeoordelingssystemen om via internet transparantie te verschaffen over de transactiepartners en hun reputatie. Vanuit dat oogpunt beschouwen Thierer *et al.* (2015) reputatiemechanismen als oplossing voor het probleem van onvolledige informatie bij transacties in de deeleconomie. Type 2 betreft de kosten die betrekking hebben op het verwerven van informatie over de betrouwbaarheid die speelt bij deelgebruik via coöperatieve netwerken. Zulke informatie is niet op internet beschikbaar. Het gaat hierbij om informatie over de vraag of de deelnemers aan de coöperatie zich aan de afspraken zullen houden en geen opportunistisch gedrag zullen vertonen. Die kennis over betrouwbaarheid wordt vooral verkregen in frequente onderlinge contacten en is vaak proefondervindelijk. Het maakt dat de transactiekosten van type 2 relatief hoog zijn bij coöperatieve netwerken tussen deelnemers die elkaar niet kennen. Alleen bij vrienden, burens of familieleden zijn de transactiekosten van type 2 betrekkelijk laag, maar dan de mogelijkheden van deelgebruik zijn dan ook beperkter.

COÖPERATIEF OF COMMERCIËL

Commerciële internetplatforms moeten relatief veel investeren in een systeem dat transactiekosten van type 1 omlaag brengt. Deze vaste kosten impliceren dat er schaalvoordelen te bereiken zijn bij commerciële bemiddeling. Immers, hoe meer transacties als gevolg van lagere transactiekosten, des te lager de vaste kosten per transactie worden. Daarbij worden grote platforms vaak een standaard: de werking daarvan wordt breed begrepen, zodat de transactiekosten nog eens extra omlaag gaan. In sommige niches verwerft zo'n speler een *winner takes all*-positie en wordt hij een monopolist (denk aan Uber en Airbnb).

Bij coöperatieve samenwerkingsverbanden moeten deelnemers informatie inwinnen over de betrouwbaarheid van de andere deelnemers en uitvinden of er grote risicoverschillen zijn tussen de deelnemers. Bij deze transactiekosten van het type 2 draagt kennis van ICT en ervaring met internet nauwelijks bij aan een verlaging van die kosten. Er zijn dan geen schaalvoordelen te behalen; het gaat vooral om het opbouwen van wederzijds vertrouwen dat de gelijkgestemde deelnemers in het netwerk zich aan de regels van zorgvuldigheid houden. Hier is het van belang dat men elkaar persoonlijk kent, dan wel leert kennen, of in ieder geval dat sociale controle reputatieverlies kostbaar maakt. Tegenwoordig kan die controle ook via de sociale media plaatsvinden, maar dat verschilt niet wezenlijk van sociale controle via de traditionele, mond-tot-mond-manier van informatie-uitwisseling binnen buurt- of geloofsgenoten, en in familie of clubs.

De mogelijkheid om via ICT transactiekosten van type 1 te verlagen en schaalvoordelen te benutten is een reden dat de grote commerciële spelers de deeleconomie domineren. Tekenend is dat de buurtapp Nextdoor – waar-

mee burens zowel elkaar als de gemeente en de politie op de hoogte kunnen houden – volgens een internetbericht van techcrunch.com (Taylor, 2015) een groot commercieel succes is en op 1,1 miljard dollar wordt gewaardeerd. Zelfs hier levert zo'n standaardprocedure via internet veel minder kosten op dan wanneer burens het regelen via een lokaal coöperatief netwerk. Andere voorbeelden van commerciële bedrijven die zich richten op de lokale deeleconomie zijn SnappCar (auto huren bij je burens), Peerby (gereedschappen uitleenen), Thuisafgehaald (maaltijden bij burens) en BlaBlaCar (lifters meenemen). En zelfs voor de broodfondsen als schoolvoorbeeld van een coöperatief netwerk is er een organisatie, De BroodfondsMakers, die ondernemers die een broodfonds willen starten of er al aan een meedoen, begeleiden.

BESLUIT

Transactiekosten bepalen mede de marktordening van de deeleconomie. Grote commerciële spelers weten via schaalvoordelen de toenemende ICT-kennis van consumenten te benutten. Voor coöperatieve initiatieven zonder commercieel doel biedt de moderne ICT minder voordelen. Hier dient de opbouw van, en controle op de betrouwbaarheid van de transactiepartners nog op de traditionele manier, via bekendheid met elkaar, plaats te vinden. Het gevolg is dat de deeleconomie gedomineerd wordt door grote commerciële bedrijven en dat coöperatieve initiatieven kleinschalig blijven.

LITERATUUR

Coase, R.H. (1937) *The nature of the firm*. *Economica*, 4(16), 386–405.

Henten, A.H. en I.M. Windekilde (2016) *Transaction costs and the sharing economy*. *Info – The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications*, 18(1), 1–15.

Taylor, C. (2015) *Nextdoor joins the billion dollar valuation club with new \$10M funding*. Nieuwsbericht op www.techcrunch.com, 4 maart 2015.

Thierer, A., C. Koopman, A. Hobson en C. Kuiper (2015) *How the internet, the sharing economy, and reputational feedback mechanisms solve the 'lemons problem'*. Mercatus Working Paper, mei 2015. George Mason University, Arlington, VA.

VU Connected (2013) *Het verdwijnen van bezit*. Documentaire te vinden op YouTube, 4 november.

Williamson, O.E. (1985) *The economic institutions of capitalism*. New York: Free Press.

WRR (2003) *Nederland handelsland; het perspectief van de transactiekosten*. Rapporten aan de Regering, 66. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.

In het kort

- ▶ Commerciële bedrijven in de deeleconomie zijn beter in staat om de schaalvoordelen die ICT biedt te benutten om reputatiekosten te verlagen dan coöperatieve initiatieven.
- ▶ Dit is bepalend voor de marktordening van de deeleconomie, waarin grote commerciële bedrijven domineren en coöperatieve initiatieven kleinschalig blijven.