

Natuurlijk, een monopolie!

Het einde van het jaar was in zicht. De kerstvakantie lonkte; feestdagen omringd door twee vrije weken. We boekten een afgezonderde plek om het jaar uit te waaien. Op een Waddeneiland boven Friesland. Alles was geregeld, alleen de boottocht nog. De rederij bleek een overzichtelijke website te onderhouden. Onze overtocht was snel ingevoerd: reisdata, aantal personen, kenteken, fietsenrek. Er was nog plek, ruimschoots zelfs. En toen gebeurde het. De prijs verscheen op het scherm.

De prijs voor de overtocht was van een duizelingwekkende hoogte. Dit kon toch niet waar zijn? Alsof het tarief in Zweedse Kronen werd weergegeven. Ik klikte op iedere knop die ik met de muis kon beroeren. Tenminste één instelling moest verkeerd staan. Maar waar ik ook op drukte, de prijs bleef fier overeind. De monitor dan? Ook die bleek niet te falen. Het scherm gaf precies weer wat de rederij wilde. Ik moest het onvermijdelijke aanvaarden: voor een retourtje Waddeneiland betaal je meer dan de hoofdprijs.

Ik was in een context beland. Vervoer per boot komt met hoge vaste kosten en lage marginale kosten. Voordat je beschikt over een geschikt schip, over aanlegsteigers voor mens, fiets, auto en vrachtwagen, over de vergunning om de overtocht te exploiteren, en over geschikte zeelui, ben je heel wat miljoenen euro's verder. Maar heb je de vaart er eenmaal in, dan kost het niet zoveel extra om die extra persoon, fiets, auto of vrachtwagen ook nog mee te nemen. Kosten worden vooral bij de opstart gemaakt, niet aan de marge. En zo ontstaat als vanzelf een monopolie. Want een beetje slimme ondernemer doktert de vraag uit en zet daar zijn gemiddelde kosten tegenover. Die blijven maar dalen als het vervoer toeneemt zodat een nieuwkomer met minder

vracht altijd uit de markt kan worden geprezen. In het uiterste geval worden kaartjes een tijdje beneden de kostprijs verkocht. *Predatory pricing* noemen we dat. Nieuwkomers zullen zich wel twee keer bedenken voordat ze zo'n prijzenoorlog aangaan. Liever zoeken ze hun heil ergens anders. En niet alleen in theorie. Al in de negentiende eeuw hanteerden schepen van de Britse Mogul Steamship Company rooiprijzen om haar monopolie op het transport van thee vanuit China naar Engelse havens veilig te stellen. Telkens wanneer concurrenten een Chinese haven aandeeden, verlaagden de kartelleden hun tarieven tot beneden de kostprijs. Daar konden de nieuwkomers niet tegenop. Onverrichter zaken voeren ze verder, om nooit meer mee te dingen naar theetransport. Het monopolie was wederom veilig gesteld. De prijzen konden weer omhoog. Met dank aan de marktstructuur.

Het vernieuwde examenprogramma economie besteedt aandacht aan marktstructuren en hun relatie met de uitkomst van de markt. En met reden. Zo moeten leerlingen doorgronden onder welke omstandigheden een monopolie als vanzelf ontstaat. En dat het dan weinig moeite kost om deze in stand te houden. En wat de overheid kan doen om de prijzen op deze markten in de hand te houden. Want natuurlijke monopolies worden als van nature gereguleerd. Eenvoudig is dat niet. De natuurlijke *benchmark van marginal cost pricing* biedt geen uitkomst. Bij die prijs gaat de ondernemer onherroepelijk failliet. Niet getreurd: in 1927 publiceerde de Engelse wiskundige Frank P. Ramsey een algemene oplossing voor dit probleem, die later door Marcel Boiteux is toegepast op het natuurlijk monopolie. Ook voor deze marktform kennen we nu de best denkbare prijs. Voor de samenleving als geheel dan. En daarmee het welvaartsverlies van een niet gereguleerd natuurlijk monopolie. Maar krijgt een waterleverancier haar tarieven

opgelegd, zij die de wateren bevaren mogen de vervoersprijs zelf bepalen.

Gedwee koos ik een betalingsmethode. Ideaal was het allemaal niet, maar ideaal was onverbiddelijk. De monopolieprijs was binnen enkele seconden afgeschreven. Surplus was overgeheveld van vragers naar aanbieder, van consument naar producent, van mij naar de rederij. Ik troostte me met de gedachte dat ik begreep waarom ik de hoofdprijs moest betalen. Dat ik wist waarom het geen zin heeft te hopen op de komst van een concurrent. In geachte feliciteerde ik de rederij. Want eens heeft hij het natuurlijk monopolie zien liggen. Klaar om te exploiteren. En ach, een vakantie op een Waddeneiland levert ook veel surplus op. Het kost wat om er te komen, maar dan ben je ook ergens.

Jeroen Hinlopen

Hoogleraar economie en directeur onderwijs, Amsterdam School of Economics, Universiteit van Amsterdam

Reacties naar: J.Hinlopen@uva.nl

