

# Fotballbaner; privat gode eller kollektivt klubb gode?

*Hvem bør tilby godet og hvem skal kunne konsumere  
godet?*

Magnus Nergård Killi

## Masteroppgave

Masteroppgaven er levert for å fullføre graden

**Master i samfunnsøkonomi**

Universitetet i Bergen, Institutt for økonomi

Desember 2020



UNIVERSITETET I BERGEN

# Forord

Først og fremst vil jeg takke min veileder, professor Sigve Tjøtta, for tilbakemelding og gode råd, samt diskusjon rundt oppgaven min. Hans veiledning har vært til stor hjelp i utformingen av oppgaven. Videre vil jeg takke alle som har bidratt med korrekturlesning og kommentarer av oppgaven.

Jeg vil også rette en stor takk til mine medstudenter i profesjonsstudiet for alle de gode minnene jeg har fått i løpet av studietiden. Takk for alle de fine fjellturene, turene i parken og festlige kvelder vi har hatt.

Til slutt vil jeg takke min samboer Marte og min familie for gode råd og innspill i denne prosessen.

## Sammendrag

Denne oppgaven er skrevet for å undersøke problemstillingen om hvorvidt fotballbaner skal tilbys som et privat gode eller kollektivt klubbgode. For å kunne svare på dette spørsmålet har jeg brukt tre teorier og sett på hvordan de sammen er med på å avgjøre dette. Teoriene som er brukt i oppgaven er hentet fra bøkene *An Economic Theory of Clubs* av James Buchanan, *Private Governance* av Edward Stringham og *Tomorrow 3.0 Transaction Costs and The Sharing Economy* av Michael Munger.

Når drosje- og hotellbransjens tradisjonelle praktisering ble undersøkt, fant skaperne av Uber ut at drosjenæringen hadde rom for forbedring på en rekke områder. Entreprenørene fant en måte å redusere transaksjonskostnadene i næringen og slik effektiviserte Uber for eksempel ventetid, pris og lokalisering. I hotellbransjen så entreprenørene bak Airbnb at det var mulig å redusere transaksjonskostnadene og dermed effektivisere sin bransje. Goder med høye, men reduserbare transaksjonskostnader og høyt nivå av overkapasitet, vil gi private aktører best mulighet for profitt. Det er en av grunnene til at vi ofte ser at det er bransjene med goder som har slike egenskaper, som utvikles og moderniseres. Goder som har høy og fast transaksjonskostnad, men det ikke er funnet en måte å redusere transaksjonskostnadene, på vil ikke være noe private aktører ser på som en kilde til profitt. Dersom entreprenører finner en måte å redusere transaksjonskostnadene til for eksempel fotballbaner, vil man kunne se en oppblomstring av utleie av fotballbaner på privat nivå.

En fotballbane er et gode som ofte er tilbudt som et kollektiv klubbgode, men det finnes også mange fotballbaner som er private goder. Hvem som tilbyr godet, avhenger av en rekke faktorer, men det er mest fornuftig dersom fotballbaner tilbys som et kollektivt klubbgode. Det er slik utnyttelsesgraden for fotballbanen er høyest og derfor også gir mest nytte til konsumentene. Den vanligste måten i Norge i dag er at dette tilbys som et kollektivt klubbgode av enten kommunen eller fylkeskommunen. Slik vil flest mulig kunne konsumere godet og kostnadene, blir fordelt på medlemmene av for eksempel klubben «Bergen kommune» eller «Vestland Fylke». Dersom fotballbaner skulle tilbys som et privat gode, ville det resultert i at mange individer ville blitt ekskludert fra dette godet, og den samlede nytteverdien ville falt. Slikt sett vil det gi høyest samlet nytteverdi, dersom godet tilbys som et kollektivt klubbgode.

# Innholdsfortegnelse

FORORD .....	II
SAMMENDRAG.....	III
INNHALDSFORTEGNELSE.....	IV
TABELLER.....	V
FIGURER.....	VI
1 INNLEDNING .....	1
2 TRANSAKSJONSKOSTNADER.....	3
2.1    Arbeidsdeling og spesialisering.....	4
2.2    Plattformer; Uber og the SEARS Catalog.....	6
2.3    Kostnaden ved å eie en gjenstand og de tre T-ene; Triangulation, Transfer and Trust.....	9
2.4    Introduksjon av ny teknologi.....	13
2.5    Uber på godt og vondt; rushtidsprising og eksterneiteter.....	14
3 KLUBBTETORI.....	19
3.1    De ulike typene goder .....	19
3.2    Kostnadsdeling i klubber.....	21
3.3    Optimal klubbstørrelse.....	22
3.4    Eiendomsretten som virkemiddel mot gratispassasjerer .....	29
4 PRIVAT STYRING AV KLUBBER .....	30
4.1    Fangenes dilemma og private løsninger.....	30
4.2    Privat styring som problemløser .....	33
4.3    Myndigheter, politi og domstolers evne, kunnskap og insentiv til å løse problemer .....	34
4.4    Eksklusjon, lame ducks og allmenningens tragedie.....	37
4.5    Tilbydere av private løsnings forsøk på å dekke behov.....	38
5 GODER; PRIVAT ELLER OFFENTLIG?.....	39
5.1    Hvem har best evne, kunnskap og insentiv til å tilby fotballbaner?.....	39
5.2    Bør klubber tilbys offentlig eller privat? .....	42
6 OPPSUMMERING.....	45
7 LITTERATURLISTE .....	47

# Tabeller

TABELL 1 ANTALL ÅRSVERK SOM BRUKES PER GODE, RICARDOS EKSEMPEL PÅ KOMPARATIVE FORDELER OG SPESIALISERING	5
TABELL 2 KIESLINGMATRISEN.....	10
TABELL 3 ULIKE TYPER GODER .....	21
TABELL 4 FANGENES DILEMMA .....	31
TABELL 5 FANGENES DILEMMA MED HANDELSAVTALER .....	32

# Figurer

FIGUR 1 TOTALNYTTE OG TOTALKOSTNAD VED ULIK KLUBBSTØRRELSE .....	23
FIGUR 2 TOTALKOSTNAD OG TOTALNYTTE PER INDIVID I FORHOLD TIL MENGDE GODE TILGJENGELIG .....	25
FIGUR 3 OPTIMAL MENGDE AV ET RENT KOLLEKTIVT GODE TILGJENGELIG I FORHOLD TIL KLUBBSTØRRELSE .....	26
FIGUR 4 OPTIMAL MENGDE AV ET RENT PRIVAT GODE TILGJENGELIG I FORHOLD TIL KLUBBSTØRRELSE .....	27

# 1 Innledning

Et klubbgode er et gode som en klubb tilbyr sine medlemmer. En klubb er en delingsavtale som reduserer kostnaden som hvert enkelt individ møter, for å kunne nyte et bestemt gode. Godene som klubbene tilbyr er først og fremst avhengige av tre variabler; antall medlemmer av klubben, prisen på godet og mengden av godet som klubben tilbyr. Klubbene finansieres enten av privatpersoner i form av en medlemsavgift eller det offentlige over skatteseddelen. Måten klubben finansieres på vil kunne påvirke klubbens størrelse og evne til å tilby ulike goder.

Små klubber, som for eksempel en kino vil kunne tilby fremvisning av aktuelle filmer i høy kvalitet når det gjelder lyd og bilde, i tillegg til god komfort, mot en medlemsavgift. Medlemsavgiften her vil være midlertidig ettersom, man betaler kun for den ene fremvisningen; én billett gir medlemskap som kun varer ut den valgte filmen.

Bildelingen, også kalt Bilkollektivet, er et eksempel på en større klubb, som går ut på at flere mennesker sammen deler på kostnadene av å eie eller leie en bil. Det finnes privatmedlemskap og bedriftsmedlemskap, hvor man betaler et andelsinnskudd, innmeldingsavgift og en medlemsavgift per måned. Privatmedlemskap gir muligheten til å registrere to sjåfører og man kan bestille to biler samtidig, mens et bedriftsmedlemskap gir muligheten til å registrere 20 sjåfører og bestille 20 biler. I løpet av 20 år har Bildelingen vokst fra å være en klubb på 16 medlemmer, til at de nå organiserer bilholdet til nærmere 2500 privat- og bedriftsmedlemmer i Bergensområdet. (Bildelingen, 2020).

En fotballbane er et gode som kan tilbys, enten som et kollektivt klubbgode, eller som et privat gode. Et kollektivt gode er definert som et gode hvor det er umulig å ekskludere noen fra å konsumere det mens et klubbgode gjør det mulig å ekskludere noen fra å konsumere det. Eksklusjon kan enten foregå ved å ha en medlemsavgift eller en rangeringsordning, som for eksempel «førstemann til mølla»-prinsippet. I utgangspunktet vil det være personer som bor i nærheten av fotballbanen, som vil få størst nytte av denne. Dersom det legges begrensninger på bruk av fotballbanen, betyr det at fotballbanen tilbys som et klubbgode, og den vil kun være tilgjengelig for en fotballklubbs betalende medlemmer eller «førstemann til mølla-prinsippet».

Fotballbaner som tilbys som et kollektivt klubb gode vil ofte medføre en høyere utnyttelsesgrad, da den vil være tilgjengelig for alle. Når fotballbaner tilbys privat, vil man kunne ekskludere brukere som ikke er med på delingsavtalen slik at utnyttelsesgraden faller. Det er i tillegg både dyrt og tidkrevende for en fotballklubb å bygge og vedlikeholde en fotballbane alene.

I min oppgave ser jeg på ulike sammensetninger av klubbstørrelse, mengde av gode og typen gode og hvordan godet tilbys. Jeg bruker klubbteorien til James Buchanan, Michael C. Mungers teori om transaksjonskostnader og Edward Stringhams bok om privat styring. Jeg vil i oppgaven svare på problemstillingen om fotballbaner skal tilbys som privat gode eller kollektivt klubb gode. Oppgaven starter med Mungers teori om transaksjonskostnader, David Ricardos teori om komparative fortrinn og om plattformen Uber. Videre tar jeg for meg Buchanans klubbteori om optimal klubbstørrelse, de forskjellige typer goder, eiendomsretten, og Edward Stringhams teori om privat styring. Avslutningsvis vil jeg diskutere problemstillingen om hvorvidt fotballbaner bør tilbys som privat gode eller kollektivt klubb gode.



## 2 Transaksjonskostnader<sup>1</sup>

Transaksjonskostnader er kostnader knyttet til transaksjonen. Det kan være tiden det tar for å få solgt varen, tiden det tar for å finne en kjøper eller kostnaden selger har for å få varen sin på markedet. Når et individ ønsker å kjøpe en vare fra et annet individ, betaler kjøper en pris som inneholder selgers produksjonskostnader i tillegg til transaksjonskostnadene.

Kjernen i markedet er frivillig bytte av varer og tjenester mellom aktører. Vi kan dele opp handlingsforløpet i fire faser, når handelen gjennomføres fysisk eller fem faser når den gjennomføres digitalt.

Den første fasen kalles for startfasen. Da er det en tilbyder som ønsker å selge sitt produkt. Selger fungerer da som den som etterspør produktet “markeds plass”. Dette skjer i det selger ønsker å selge sitt produkt, altså etterspør han en markeds plass å selge produktet sitt på.

Deretter legger selger sitt produkt ut for salg på markeds plassen, og venter på at en kjøper vise sin interesse. Når selger har lagt ut produktet sitt for salg, vil selger gå fra å være den som etterspør til å være tilbyder. Denne fasen kalles for ventefasen.

Nå vil kjøper kunne oppdage produktet som selgeren tilbyr på markedet. Etter hvert vil en kjøper velge produktet til selgeren og de blir enige om pris, dersom den ikke er satt på forhånd. Den tredje fasen kalles for oppdagelsesfasen.

Til slutt er det transaksjonsfasen som gjenstår, hvor kjøper betaler den avtalte prisen til selger. På digitale markeder, som har eget betalingssystem, vil dette si at kjøper betaler prisen til tilbyderen av markeds plassen og mottar samtidig en forsikring for kjøpet. På forhånd har selger «solgt» produktet sitt til markeds plassen slik at selger får forsikring for salget.

---

<sup>1</sup> Dette kapitlet er bygget på boken *Tomorrow 3.0 Transaction Cost and The Sharing Economy* av Michael Munger fra 2018 og podcasten *Econtalk* hvor Munger snakker om boken sin.

Det siste som skjer ved en digital handel, er som regel en tilbakemeldingsfase hvor både kjøper og selger blir bedt om å vurdere motparten. Slik overfører digitale markedsplasser noe av kontrollen av troverdige kjøpere og selgere til de handlende selv. Selger og kjøper kan advare andre mot denne brukeren, dersom brukeren ikke er til å stole på eller ikke holder sin del av avtalen.

Kostnadene ved å finne en markedsplass er en del av transaksjonskostnadene. En bonde som ønsker å selge kornet han har produsert på gården sin, ønsker å finne et sted hvor han kan møte potensielle kjøpere. Bonden etterspør en markedsplass hvor han som tilbyder kan møte en kunde som etterspør hans produkt, nemlig korn. Samtidig ønsker bonden å kjøpe fisk av en fisker. Bonden bor langt inne i landet og har lang vei til nærmeste vann hvor han kan fiske, altså vil alternativkostnaden ved å fiske selv, i tillegg til å produsere korn være høy. For fiskeren er det motsatt, han bor ved havet og kan bruke sin tilgjengelige tid på å fiske, men han har ikke tilgang på jord for å dyrke korn uten at han må gå langt. Alternativkostnaden for fiskeren er også høy, da han kan fiske lengre og dermed, sannsynligvis, få mer fisk som han kan selge på markedet. På sin side kan bonden da produsere mer korn som han kan selge på markedet. Begge aktørene er tjent med at de spesialiserer seg på å produsere det de er mest effektive til og bytte til seg det de ikke produserer selv.

## **2.1 Arbeidsdeling og spesialisering**

Arbeidsdeling og spesialisering blir sett på som en effektiv måte å øke produktiviteten på uten for store forandringer. Adam Smiths eksempel om en stiftfabrikk er et kjent eksempel på arbeidsfordeling hvor prosessen ved å lage stifter blir delt opp i atten deler. Hver ansatt gjør en liten del av hele prosessen på hver enkelt stift mange ganger på veldig kort tid. Sammen gjør hver enkelt arbeider sin del som de har spesialisert seg på, så raskt og effektivt de klarer, og samlet gjør dette at total produksjonstid går ned. Dette eksempelet er Adam Smiths analogi om hvordan arbeidsfordeling kan gjøre, slik at samfunnet blir mer effektivt. Det gir liten mening at bakeren skal være møller og slakter samtidig. En mer effektiv løsning, slik som Adam Smith så, er at bakeren er kun baker og spesialiserer seg på det, mølleren er kun møller og spesialiserer seg på det, og slakteren bare er slakter og spesialiserer seg på det. Dermed vil bakeren, mølleren og slakteren hver for seg være mest effektive totalt sett.

Munger (2018, side 4) skriver at transaksjonskostnader forhindrer samarbeid selv om samarbeid ville vært fordelaktig for begge parter. Videre beskriver han transaksjonskostnader som «sand i maskineriet», og at transaksjonskostnader hindrer utveksling av varer og tjenester som ellers kunne løst forskjeller og mangler. Han poengterer at dersom transaksjonskostnadene hadde vært lik null ville ikke handelen funnet sted.

Munger mener at mennesker samler på ressurser som andre mennesker trenger på grunn av transaksjonskostnader. Dersom transaksjonskostnader kan reduseres, vil mennesker klare å spesialisere seg slik at hvert enkelt individ blir spesialisert i noe. Mangler individet en vare eller tjeneste kan individet skaffe dette av andre som har spesialisert seg i nettopp dette.

*“... to make money people have had to make, and sell, stuff. They often found ways to reduce the transaction costs of those sales, but it was primarily in service of selling the stuff.” (Munger, 2018, side 3).*

Den britiske økonomen David Ricardo skrev i sin bok *On the Principles of Political Economy and Taxation* om gevinster ved handel og spesialisering. Han brukte et eksempel der to nasjoner, England og Portugal, produserer to goder; vin og tøy.

*Tabell 1* Antall årsverk som brukes per gode, *Ricardos eksempel på komparative fordeler og spesialisering*

	<b>Tøy</b>	<b>Vin</b>
<b>England</b>	<i>100</i>	<i>120</i>
<b>Portugal</b>	<i>90</i>	<i>80</i>

For å produsere tøy bruker England 100 arbeidere i ett år og for å produsere vin bruker landet 120 arbeidere i ett år. Portugal bruker på sin side kun 80 arbeidere i ett år på å produsere vin og 90 arbeidere i ett år på å produsere tøy. Portugal er altså mer effektiv i produksjon av både vin og tøy, enn det England er. Portugal produserer 1,11 ganger så mye tøy som England på ett år. Med andre ord har Portugal et komparativt fortrinn i å produsere tøy.

I produksjon av vin, kan Portugal produsere 1,5 ganger så mye vin som England på ett år. Ser vi på hvert enkelt land, er England minst effektiv i produksjon av vin og tøy. Det betyr at Portugal har et absolutt komparativt fortrinn. I eksempelet til Ricardo vil begge land tjene på å spesialisere seg på én ting og importere den andre. England burde bruke alle sine arbeidere på å produsere tøy og importere vin fra Portugal, for Portugal vil det motsatte være tilfelle. I en åpen økonomi med internasjonal handel, vil det være mulig for hvert av landene å spesialisere seg og importere det de ikke selv produserer. (Ricardo, 1888, side 90-93).

## 2.2 Plattformen; Uber og *the SEARS Catalog*

Plattformen er i denne sammenhengen, tredjeparter som tilrettelegger for at en selger og en kjøper kan møtes, og få sine behov dekket. Uber tilbyr en plattform hvor en selger av transportkapasitet (bil og tid), kan møte et individ som har behov for transportkapasitet (transport fra A til B på en bestemt tid). SEARS Catalog tilbyr en plattform som dekker behov for diverse artikler. En plattform er en måte å redusere transaksjonskostnader på en effektiv måte.

Transaksjonskostnader gjør at dersom en person ikke kan finne en enkel og billig måte å la andre låne eller bruke en vare eller tjeneste, vil personen foretrekke å ikke gjøre noe med det. Munger bruker en sykkel i sitt eksempel, hvor en person har kapasitet til å låne vekk sin sykkel. Dersom han hadde funnet en som ønsket å låne sykkelen, så ville mest sannsynlig den andre personen ikke hatt stor betalingsvilje. Han kan heller ikke være sikker på at denne personen returnerer sykkelen i samme tilstand eller i det hele tatt. Slik ender han opp med å ikke låne ut sykkelen sin.

I et annet eksempel beskriver Munger (ECONOTALK, 2018, 3:50) en situasjon, hvor en person ønsker å henge et bilde opp på veggen sin hjemme, men mangler det verktøyet som kreves for jobben. For å få hengt bildet opp må han bruke en bormaskin. Munger forklarer videre at alle ønsker å ha umiddelbar, lavkostnadstilgang til varige goder som for eksempel en bormaskin. Varige goder skiller seg fra andre goder ved at det ikke blir brukt opp, slik som for eksempel et eple blir, når man henter ut nytten som godet medfører.

For å kunne bore et hull trenger han å bruke en bormaskin i et par minutter. Siden han ikke eier en bormaskin har han to alternativer; å kjøpe en drill eller å låne en drill.

Munger illustrerer et problem hvor han sier at det finnes 110 millioner bormaskiner i USA og det bor 330 millioner mennesker der. Når han rangerer bormaskinene fra mest til minst brukt blir medianen, altså den 55. millionen bormaskin, bare brukt i 30-40 minutter. (ECONTALK, 2018, 5:20). For å finne løsningen på et slikt problem, forklarer Munger at en person som eier en bormaskin, men som kun bruker den til for eksempel å henge opp bilder et par ganger i året, kan leie den ut til sine likemenn. Dette er fordi den tiden det tar å henge opp et bilde er noen få minutter hver gang og resten av tiden blir den bare liggende i en skuff. «Renting is just a way of sharing things with people that you don't know with one residual claimant that takes care of all the transaction costs». (ECONTALK, 2018, 6:20). Ved hjelp av en plattform hvor tilbyder kan møte den som etterspør et gode eller en tjeneste, som i et ordinært marked, kan man dermed låne et gode eller tjeneste uten å måtte kjøpe det selv. Plattformen tjener penger på den delen av prisen som overstiger kostnaden plattformen har ved å tilby tjenesten.

Når Munger skal forklare hvordan dette fungerer i praksis, bruker han seg selv som eksempel. Han ønsker å låne et verktøy som han verken har eller kjenner noen i nærheten som har. For å få tak i dette går han inn på den fiktive delen av Uber-applikasjonen, hvor man kan søke opp arbeidsverktøy og låne de. Deretter velger han hvilken type arbeidsverktøy han trenger og trykker bestill. Da får en selvkjørende Uber-bil beskjed om at bestillingen hans kan hentes opp på en adresse, hvor en person som leier ut arbeidsverktøy har lagt ut dette i det Munger kaller en smart-boks. Uber-bilen kjører og plukker opp verktøyet, og leverer det i en smart-boks utenfor hjemmet til Munger. Når han er ferdig med å bruke verktøyet, legger han det tilbake i boksen. Da får en tilfeldig Uber-bil melding om, at verktøyet er klar til å hentes og eventuelt kjøres videre til neste kunde. I dette tilfellet koster hele prosessen Munger to dollar. (ECONTALK, 2018, 7:10)<sup>2</sup>. Ved å dele, bruke og låne verktøy på denne måten, sparer denne delingsgruppen eller «låneklubben» alternativkostnaden, altså pengene som «ligger» i verktøyet, og i kostnaden for å lagre verktøyet. Dette reduserer transaksjonskostnadene som er knyttet til dette.

---

<sup>2</sup> Dette er et fiktivt eksempel da det ikke finnes en applikasjon for dette.

Det finnes selvfølgelig mange som har venner eller familie som eier forskjellige typer arbeidsverktøy, som man kan låne tilnærmet uten kostnad. Munger stiller spørsmål ved at disse låner ut verktøyet sitt gratis når de, gitt at det fantes en plattform, kunne lånt bort verktøyet sitt og tjent penger på det. Det er åpenbart enklere og tryggere å låne bort et arbeidsverktøy til en venn eller et familiemedlem, enn det er å låne det bort til en du aldri har møtt. Plattformen må derfor ha en form for bakgrunnssjekk av sine medlemmer. Med andre ord må hver enkelt person legge inn informasjon om seg selv, gjerne med et nasjonalt utstedt identitetskort. Et slikt kriterium for medlemskap gjør at det føles tryggere å låne vekk arbeidsverktøyet til en fremmed person.

Plattformen vil dermed kunne være «uendelig» stor, fordi den bare begrenses av størrelsen på delingsgruppen. Retter sagt vil plattformen vokse når flere og flere individer blir med i delingsgruppen og da øker mengden goder og tjenester som plattformen kan tilby. Medlemmene av gruppen vil spesialisere seg i form av at, noen vil være lånere og noen vil være utlånere. En kan også kalle plattformer for klubber, siden plattformene gir tilgang til tjenester som ellers ikke er tilgjengelige for alle.

Uber er et selskap som tilbyr en plattform som knytter sjåfører sammen med personer som har behov for å komme seg fra A til B. Taxier driver også med transport av personer, men hovedforskjellen er, at Uber tilbyr en plattform for at selgere og kjøpere av transport kan møtes, mens taxier tilbyr transporttjenester. Sagt på en annen måte jobber taxisjåfører for taxiselskapet eller løyveinnehaverne, mens sjåførene i Uber ikke er ansatt i Uber de er selgere av transporttjenester. En annen forskjell på Uber og vanlige taxier, er at i Uber-appen kan man til enhver tid se hvor man er under kjøreturen, ved betaling brukes ikke kontanter. All betaling skjer via appen etter at kjøreturen er fullført. I de siste årene har flere taxi-apper kommet med lignende funksjoner, som for eksempel GPS-lokalisering i nåtid, betaling via app og vurdering av sjåfør.

I etterkant av Uber-kjøreturen blir både passasjer og sjåfør bedt om å vurdere hverandre fra én stjerne, som er det dårligste, til fem stjerner, som er det beste. Denne vurderingen hjelper andre medlemmer av delingsgruppen (Uber) å finne ut om man kan stole på denne sjåføren, om han kjører ordentlig eller for eksempel om sjåføren har aircondition i bilen. Andre ting kan være at sjåføren tilbyr en gratis vannflaske eller at kunden kan sette på egen musikk i bilen. Disse variablene er med å avgjøre om en sjåfør ender opp med toppscore.

I podcasten (ECONTALK, 2018, TID 22:10) sier Munger at SEARS, en amerikansk kjøpesenterkjede, sin katalog som de sendte ut i perioden 1888 til 1993 (Sears, 2012), var en av de første plattformene hvor transaksjonskostnader ble reduserte. Katalogen var en 600 siders bok med salgsannonser hvor produktene ble enten laget av SEARS selv, på kontrakt for SEARS eller så ga de bort annonseplass til tredjeparter.

### **2.3 Kostnaden ved å eie en gjenstand og de tre T-ene; Triangulation, Transfer and Trust**

En person som eier en gjenstand betaler på marginen ingenting for å bruke den, men må betale for å kjøpe den og kostnaden ved at den står ubrukt. Det vil si prisen på å kjøpe, oppbevare og vedlikeholde den. Denne kostnaden deles bare på den som eier gjenstanden, fordi ingen andre kan dele den. Sett at en person ønsker å leie ut et rom i leiligheten sin, som individet vanligvis bruker til å oppbevare klær og gamle bøker. Inntekten individet får fra å låne ut rommet, minus kostnaden for å vaske, etterpå er marginalkostnaden, altså kostnaden av å dele godet, leiligheten, med en ekstra enhet, gjesten. Så lenge individet får nok penger til å betale marginalkostnaden, i tillegg til avdraget på huslånet tilsvarende den perioden individet leier ut rommet, vil individet være tjent med det. Det er dette prinsippet Airbnb er bygget på.

Triangulering, eller posisjonering i denne sammenhengen, er informasjon om identiteten og plasseringen, samt enighet om vilkår og pris. Overføring er her en måte å overføre betaling og goder som er umiddelbare og så usynlige som mulig. Tillit er i denne sammenhengen en måte å flagge ut forsikring om ærlighet og ytelse i forhold til kontraktsvilkårene. Markedets formål er å flytte varer og tjenester slik at de oppnår en høyere verdi.

Her fungerer transaksjonskostnader som friksjon i en motor, som reduserer styrke og effektivitet, mens den bare lager varme.

Tabell 2 Kieslingmatrisen<sup>3</sup>

Nivå av overkapasitet	Transaksjonskostnader		
	Lav	Høy, reduserbar	Høy, fast
Lav	Konsumgoder og ikke-varige goder: banan		
Moderat	Allerede delt	Marginalt lønnsomt	Ikke en handelsvare
Høy	Allerede lånt	Beste verdiforslag	Personlig (tannbørste, mobiltelefon, osv.)

Denne tabellen viser oss transaksjonskostnadene ved ulike nivåer av overkapasitet. Cellen nede til høyre er goder som er sjeldent brukt og hvor transaksjonskostnadene er uoverkommelige. Ta for eksempel en tannbørste, som en vanlig person bruker i cirka 4-5 minutter hver dag og resten av dagen blir den stående i tannbørsteholderen på badet. Altså er tannbørsten i bruk 5 minutter av de totalt 1440 minuttene i et døgn. Siden tannbørsten er billig vil alternativkostnaden være lav. Det finnes ikke noe insentiv for å finne ut hvordan en tannbørste kan deles og ingen ønsker å dele en tannbørste, slik som tannbørsten fungerer. Alt i alt betyr dette at overkapasitet i tannbørster ikke er gjort til en handelsvare.

Raden øverst på tabellen er private goder som kan konsumeres og ikke er varige, som en banan eller et eple. I konsum er banan privat og ekskluderende fordi når en banan konsumeres forsvinner bananens nytteverdi i konsum. I en slik sammenheng blir transaksjonskostnader irrelevant, fordi det konsumgodet kun kan konsumeres i en kort tidsperiode.

<sup>3</sup> Matrisen er hentet fra *Tomorrow 3.0: Transactions Cost and the Sharing Economy* av Michael Munger på side 52.



Goder som konsumeres helt på en gang, eller har en levetid på under tre år, blir definert som ikke-varige goder eller konsumgoder.

Kolonnen til høyre viser goder som har høye transaksjonskostnader og har veldig lav delingsverdi. Forskjellen på kolonnen i midten hvor det er høye, men reduserbare transaksjonskostnader og kolonnen til høyre, er at det er funnet måter å redusere transaksjonskostnader for disse godene.

Cellen nede til venstre er goder med lav transaksjonskostnad, men har høy alternativkostnad og overkapasitet. Med dette menes det, at veldig få eier for eksempel heisekraner eller store lastebiler. Det er fordi det er dyrt å eie disse godene og ved de lave transaksjonskostnadene er det lett å leie godene i stedet for å eie.

Airbnb og Uber er eksempler på det Munger kaller for «the sweet spot». Det vil si varer og tjenester som har høy overkapasitet og verdi, men samtidig har høy transaksjonskostnader som entreprenører har funnet løsninger på for å redusere. Munger bruker ofte det han kaller de tre t-ene; lokasjon (triangulation), overføring (transfer) og tillit (trust). I et moderne eksempel ser han på Uber og skriver (2018, side 63) at “Uber started as a taxi company (its name, in 2009, was “UberCab”), but it is clear that Uber is actually a software company. Uber sells reductions in transaction costs.”. Selskapet er en plattform som knytter sammen sjåfører og personer som har behov for transport.

Applikasjonen er enkel i bruk, noe som betyr at en person kan tilkalle en Uber på relativt kort tid. Programvaren bruker plasseringen til både sjåføren og passasjeren for å finne ut hva som er den raskeste veien. Ved å bruke GPS for å finne passasjeren, avreisepunktet og destinasjonen unngår man potensielle problemer, som at en drosjesjåfør ikke kjenner området så godt eller ikke finner passasjeren. Eventuelle språkproblemer som kan oppstå, når passasjeren skal forklare hvor han ønsker å dra, unngås. Det er verdt å merke seg at alle drosjesjåfører må ta kjentmannsprøven, noe som vil kunne redusere antall «feilkjøringene». Betaling av turen og tipsing foregår via applikasjonen slik at man ikke må frem med lommeboken. En annen fordel med programvaren er ruteplanleggingen, som oppdateres underveis og kan oppdage eventuelle trafikkorker, ulykker eller veiarbeid.

Sjåførene i vanlige drosjer har et lite passbilde ved siden av lisensen sin slik at passasjerene vet hvem som kjører drosjen. I en Uber er alt digitalt; applikasjonen har personlig og finansiell informasjon om sjåføren. Hver enkelt tur blir i tillegg vurdert av både sjåfør og passasjer, slik at nye kunder på forhånd kan vite hvem som kjører bilen og hvordan andre kunder opplevde turen med sjåføren.

Et annet eksempel på et selskap som har funnet en programvare som kan redusere transaksjonskostnader, er Amazon. Selskapet startet som bokforhandler, hvor kjøper kunne finne tilnærmet enhver bok, betale raskt og enkelt og ved hjelp av brukerinformasjonen kunne Amazon sende boken ut med en gang. Munger mener at «Amazon is the Sears catalog in the 21<sup>st</sup> century» (Econtalk, 2018, 25:21), fordi Amazon selger nesten utelukkende produkter som andre har produsert.

Senere utviklet Amazon tjenesten Prime, som kuttet leveringstiden helt ned til samme dag. Tjenesten ble så populær at Amazon begynte å selge den under navnet Amazon Web Services (AWS). Dette vil si at med andre ord tilbyr Amazon programvarelisenser. For å få tjenesten til å fungere må Amazon outsource tillit til brukerne og ved å bruke informasjon, som for eksempel andre kunders vurdering av en selger, ville selgere og kjøpere organisere seg selv på plattformen.

Ifølge Kiesling-matrisen (tabell 2) vil varer og tjenester som har lav transaksjonskostnad og høyt nivå av overkapasitet bli delt med andre. Programvaren til Amazon, AWS, vil alltid ha overkapasitet, fordi programvare kan kopieres og tilpasses hvert enkelt individ eller selskaps behov. Programvarer og plattformer vil hele tiden finne nye måter å redusere transaksjonskostnader.

## 2.4 Introduksjon av ny teknologi

Teknologisk utvikling skjer i hovedsak på to forskjellige måter; gradvis eller brått. En brå teknologisk utvikling medfører store og ofte brå skift i arbeidsstyrken, mens en gradvis utvikling vil være mer behagelig for arbeidsstyrken, da den i små steg faser ut gammel teknologi. Noen har jobber som de ikke liker og derfor vil det potensielle problemet med å ha mindre jobb være uproblematisk for disse. Det største problemet er å ikke ha noen jobb. Når en ny teknologi blir introdusert, vil den erstatte en eldre og utdatert teknologi, slik at den i enkelte sektorer vil redusere antall ansatte som utfører en bestemt arbeidsoppgave. Teknologisk utvikling, som for eksempel automatisering, blir ofte fremstilt negativt, da fokuset er at folk mister jobbene sine til maskiner, fremfor effektivitetsøkningen i produksjonen eller de nye jobbene som blir til.

Hvis en passasjer opplever at drosjesjåføren er uhøflig, kjører aggressivt eller kjører lange omveier, er det relativt vanskelig å si ifra om dette til drosjeselskapet. Det samme gjelder drosjesjåføren, hvis en kunde er frekk, uhøflig eller ubehagelig å ha med å gjøre, kan ikke drosjesjåføren si ifra heller på en rask og enkel måte. Hos Uber kan kunder se hva andre kunder har skrevet om akkurat denne sjåføren, og dermed kan de velge en sjåfør som de tror de vil være fornøyd med.

Myndighetene i USA har flere ganger prøvd å motarbeide utviklingen og introduksjonen av ny teknologi. Da bilene kom, ble det innført en lov i Pennsylvania som sa at en person måtte gå foran bilen og vifte med et rødt flagg for å advare andre. En stund etter at Uber ble introdusert i California, ble det innført en lov som klassifiserte Uber sjåfører som ansatte og ikke lenger entreprenører. Altså ble sjåførene tvunget til å skatte annerledes, enn de gjorde som entreprenører. I september 2019 annonserte Ubers juridiske sjef, Tony West, at sjåførene ville fremdeles bli behandlet som uavhengige entreprenører av selskapet, og ikke som ansatte. West presiserte også i uttalelsen at “Uber is not providing rides but «serving as a technology platform for several different types of digital marketplaces»”. Det er ikke bare skatten som skiller uavhengige entreprenører fra ansatte, men også antidiskriminering, helseforsikring, pensjon, arbeidskompensasjon og arbeidsledighetsforsikring. En slik lov gjorde utgiftene til Uber større og dermed også vanskeligere for selskapet å ekspandere i California. (FORBES, 2019).

Måten politikere blir valgt gjør at det er vanskelig for ny teknologi å komme inn, fordi i vårt eksempel med drosjenæringen vil mange miste jobbene for godt. Siden politikere velges med jevne mellomrom, er insentivet for å tenke langsiktig mindre og det gjør at ofte politikere velger kortsiktige og «enkle» løsninger. Drosjenæringen i USA kan betale godt for en politikers neste valgkamp og dette fører til at politikeren ikke fremmer en langsiktig teknologisk utvikling, fordi det vil skade hans bidragsyttere. De økonomiske fordelene med teknologiske avbrudd vil i det lange løp føre til at de vinner.

## 2.5 Uber på godt og vondt; rushtidsprising og eksternaliteter

Dynamisk prising er en prisstrategi som blant annet Uber bruker for å sette fleksible priser på sine tjenester etter nåværende markedssituasjon. I følge Uber selv bruker de dynamisk prissetting for å «sette personer som trenger en tur, i kontakt med en sjåfør, slik at passasjerene kan komme seg til destinasjonene sine».

Uber sin dynamiske prising er delt opp i tre. Første del er når etterspørselen øker ved for eksempel rushtid, dårlig vær eller spesielle arrangement, som gjør at veldig mange ønsker en tur med Uber på samme tid. Andre del er når prisene øker som en følge av at etterspørselen øker. Tredje delen er valget konsumentene blir stilt ovenfor, når både etterspørsel og priser har økt, slik at de enten kan velge å bestille en bil til den høye prisen eller vente og håpe at prisene faller.<sup>4</sup>

Standard økonomisk teori sier at økt etterspørsel etter en vare eller et gode, vil føre til at prisene stiger. For Uber sin del betyr dette at de øker prisene sine, slik at de som trenger deres tjenester kan få det. Når Uber skal beregne pris for en tur, tar programvaren hensyn til en rekke variabler; blant annet tid på døgnet, hvor mange andre som ønsker en tur i samme område, plassering og antall biler i området.

---

<sup>4</sup> <https://www.uber.com/no/nb/drive/driver-app/how-surge-works/>

Algoritmen har primært to oppgaver. Den skal fordele «tilgang» til turer slik at hvis det er flere sjåførere enn turer, så er det nødvendig med et system som velger ut hvem som skal bli plukket opp. I tillegg skal algoritmen øke betalingen til sjåførene, slik at flere ønsker å kjøre. Disse to oppgavene gjør at algoritmen er i stand til å tilpasse antall sjåførere og prioritere i rushtider.

Munger bruker et eksempel fra Sydney for å illustrere dette. I 2014 var det et terrorangrep i Sydney i Central Business District (CBS), hvor tretten mennesker ble holdt som gisler, mens tusenvis av andre prøvde å komme seg bort fra området. Dette førte til at alle drosjer og busser var stappfulle og alle veier ut fra området var korket. Uber-sjåførere var de eneste som kjørte inn i området, fordi det eneste de hadde fått vite var at algoritmen til Uber hadde sett at flere tusen ville ha en tur fra dette området. Dermed skjøt prisene i været for å kunne tiltrekke seg flere sjåførere. Det hele endte med at prisene ble opptil fire ganger så høye og med en minstepris på \$100. Uber fikk kritikk for dette i etterkant, men det eneste algoritmen gjorde var de to hovedoppgavene den skulle utføre. Munger viser et eksempel med to personer, hvor den ene er Uber-sjåfører og den andre er en «vanlig» person. Sjåføren får melding om at prisene er skyhøye og han øyner muligheten for å tjene ekstra penger, mens den andre sitter hjemme og ser hele gisselsituasjonen på TV. Munger stiller et retorisk spørsmål om hvem som gjør det etisk riktige. I følge Munger mener de fleste at personen som sitter hjemme og ser det hele på TV, er han som gjør det riktige.

Drosjemarkeder rundt om i verden blir påvirket som følge av at Uber introduseres. Uber blir ofte anklaget for å «stjele» jobber fra drosjesjåførene og at de ikke betaler nok skatt. I New York City i USA er det obligatorisk for en drosje å ha en lisens for å drive. Slik regulering hadde i hovedsak tre hovedmål; å hindre at Manhattan ble overfylt av drosjer, for å skaffe staten inntekt ved å selge lisenser og håndheving av regler, og til slutt sikre god kvalitet og trygghet for kunden ved å forhindre dårlig kvalitet på drosjen.

Munger definerer transaksjonskostnader, som den endelige prisen en konsument betaler for en vare eller en tjeneste, minus de kostnadene produsentene har hatt for å kunne tilby denne varen eller tjenesten. For produsenten betyr dette at den prisen han får for sin vare eller tjeneste, inneholder kostnadene han har til for eksempel leie av produksjonslokaler, frakt, forsikring, tiden det tar å produsere eller kostnadene for sine innsatsfaktorer. For konsumentens del vil prisen bety at han både betaler for selve varen og tjenesten i tillegg til produsentens kostnader.

Gitt en situasjon hvor et individ har behov transport for å komme seg fra A til B. Vi antar at det bare er mulig å ta drosje (alternativ 1) eller Uber (alternativ 2). Hvis passasjerer velger alternativ 1 først; for å få tak i en drosje er passasjerer nødt til enten å ringe en sentral eller oppsøke en drosje i gaten, men de kan fremdeles misforstå plasseringen til kunden eller bruke veldig lang tid. Mange drosjeselskaper har i nyere tid laget egne applikasjoner hvor man kan bestille drosje med en eksakt plassering ved hjelp av GPS.

For passasjerer er dette en tydelig kostnad som et rasjonelt individ vil ønske at skal være så lav som mulig. I en vanlig drosje må man også betale for turen enten kontant eller med kredittkort.<sup>5</sup> For passasjerer kan dette føles utrygt og unødvendig komplisert, spesielt siden det finnes eksempler på steder hvor drosjesjåfører er beryktet for å svindle kundene sine. Vi kan se at det dannes et bilde av hvor «utdatert» drosjenæringen er og hvordan reduksjoner i transaksjonskostnader kan løse dette.

Hvis passasjerer velger alternativ 2 og bestiller en Uber, kan den enkelt tilkalles på applikasjonen og den vet nøyaktig hvor du befinner deg. For passasjerer er dette en rask og effektiv metode. Når passasjerer plotter inn hvor han skal, vil programvaren beregne raskeste rute og gi et prisanslag. Etter at dette er gjort og en sjåfør er på vei, kan passasjerer se i applikasjonen at denne sjåføren har veldig god komfort, at personen kjører på en behagelig måte og at personen generelt er godt vurdert av x antall tidligere kunder. Etter at turen er fullført kan passasjerer bare gå rett ut av bilen uten å måtte finne frem lommeboken for å betale for turen. Den er allerede betalt via applikasjonen og det som gjenstår for både sjåføren og passasjerer er å vurdere hverandre anonymt på applikasjonen. Uber har klart å redusere transaksjonskostnadene knyttet til bestilling av drosje og ventetiden (plassering), betaling og turen (overføring), i tillegg til sikkerheten (tillit).

Uansett om det er transaksjonskostnadene eller prisen som øker, så er det konsumentene som betaler. Munger (2018, side 104) skriver at "... price always rise to clear the market. ...consumers "pay" the same amount, regardless of whether surge pricing is allowed.". I standard økonomisk teori vil pris og etterspørsel tilpasse seg slik at man ender opp i likevekt. Det betyr at dersom prisene stiger, vil etterspørsel synke for å utjevne endringene i pris. Det samme gjelder dersom etterspørselen skyter i taket så vil prisene falle.

---

<sup>5</sup> Det finnes applikasjoner i Italia og Norge som fungerer noenlunde likt som Uber.

I en situasjon hvor det er dynamisk prissetting, vil kunden uansett betale like mye for selve varen eller tjenesten. Dette er fordi konsumentene betaler enten i form av høyere transaksjonskostnader eller i pris. Det finnes to typer teknologiske forstyrrelser; separasjon (separation) og overhopp (saltation). Sistnevnte er i hovedsak godartet, fordi den innebærer at en fattig nasjon vil kunne hoppe over steg i den forespeilede utviklingsprosessen. For eksempel kan et land med korruperte politikere og politi, kunne produsere programvare slik at de ikke trenger å få orden på politikerne eller politiet, før de kan produsere nyttige varer og tjenester. Den andre forstyrrelsen er i hovedsak negativ, fordi separasjon betyr at en teknologisk utvikling kan føre til at mennesker blir overgått. Dermed kan disse menneskene ende opp med å gå fra å være rike til fattige, eller fattige til rike på grunn av den teknologiske utviklingen. Teknologiske sprang kan altså gjøre skille mellom fattig og rike tydeligere og dermed bidra til å øke ulikhetene i samfunnet.

Munger spår at de to viktigste effektene av det han i sin bok kaller «Middleman/Sharing Economy» er;

- En reduksjon i mengden fysiske eiendeler i form av varige konsumgoder produsert i fabrikk av fabrikkarbeidere
- En nedgang i kostnaden for å ha tilgang til en rekke ting og redusert behov for oppbevaring

En reduksjon i mengden fysiske eiendeler vil si at færre eier for eksempel bormaskiner, større sager og lignende. Disse verktøyene blir gjort tilgjengelige for alle gjennom delingsavtaler i klubber hvor medlemmene deler på kostnadene. Dette vil derfor føre til redusert etterspørsel etter slike verktøy. Klubblignende delingsavtaler vil føre til at kostnadene knyttet til tilgang til forskjellig verktøy vil reduseres og oppbevaringsbehovet for disse vil falle.

I likevekt er lønn lik verdien av marginalproduktet. Det er prisen på produksjonen multiplisert med den økningen som arbeideren tilfører produksjonen. Slik kan man rettferdiggjøre at en gravemaskinfører tjener mer enn en arbeider som bruker spade. Arbeideren tjener altså bedre jo mer effektiv han er, eller jo mer han bidrar til å øke produksjonen i bedriften.

Vi kan tenke oss at i dette scenarioet vil teknologisk fremgang mer eller mindre dreie seg om å finne nye verktøy eller maskiner, som kan forbedre et produkt eller gjøre arbeideren mer effektiv, for igjen å øke produksjonen. Dersom produksjonsprisen synker, vil lønnen arbeiderne mottar synke, med mindre produktiviteten kan økes med mer enn produksjonsprisen synker.



## 3 Klubbteori<sup>6</sup>

Et klubbgode er kollektive goder hvor man kan ekskludere brukere. Hvordan produsere klubbgoder? Hvem skal tilby klubber; privat eller offentlig? James Buchanan drøfter spørsmålene i Buchanan (1965). I dette kapittelet skal jeg gjøre rede for hans teori.

Det sentrale spørsmålet i klubbteorien er fastsettelsen av medlemskapsmarginen, altså hvor mange medlemmer som er optimalt for den gitte klubbstørrelsen. Sett at et individ kun har to valg; å bli med i en klubb eller ikke. Dersom individet velger å ikke bli med i en klubb, kan individet bli ekskludert fra å konsumere et bestemt gode som medlemmer av klubben har tilgang til. Dette kan for eksempel være en fotballbane som er privat. Hadde individet valgt å bli med i klubben, og dermed vært med på å dele kostnadene klubben har, så hadde individet fått tilgang. Når individet først har blitt med i klubben, vil den optimale sammensetningen av klubbens størrelse og hvor mye tilgang individet har til fotballbanen, avgjøre hvor stor nytte individet kan oppnå.

### 3.1 De ulike typene goder

Det finnes i hovedsak to typer goder; kollektive og private. Kollektive goder er goder som ikke er rivaliserende eller ekskluderende i konsum. Det vil si, at når et individ consumerer godet, vil ikke det stenge andre ute fra å konsumere godet, eller at individets konsumering av godet ikke forringer et annet individs konsum av det samme godet. Eksempler på kollektive goder er gatelyst, forsvar, veier og parker. Gatelyst er et kollektivt gode, fordi det er vanskelig å stenge folk ute fra å benytte seg av gatelystet, og en persons konsum av gatelyst fører ikke til at det er mindre gatelyst igjen til andre. Det er vanskelig å finne eksempler på rene kollektive goder, men en park uten adgangsbegrensninger og med få besøkende kan sies å være rent kollektiv. Når flere besøkende kommer til parken vil det bli mer trengsel og en slags «kamp om plassene» slik at godet ikke lenger er ikke-rivaliserende.

---

<sup>6</sup> Dette kapittelet er i hovedsak basert på *An Economic Theory of Clubs* av James Buchanan i fra 1965.

Kollektive goder er noen ganger tilbudt av myndighetene, fordi godene ikke kan deles ut til enkeltpersoner og derfor vil det ikke være lønnsomt for private aktører å tilby godet. Årsaken er at det er vanskelig å ta betaling for konsum av godet. Et fint hus med en stor og velstelt hage er et kollektivt gode av den grunn at hvem som helst kan fritt nyte synet av det, selv om godet er produsert i privat sektor. Det er det offentliges oppgave å tilby kollektive goder, fordi et av hovedproblemene med denne typen goder, er at det er vanskelig å kartlegge betalingsvilligheten og man ikke vet hvor mye folk er villig til å betale for godet. Offentlig sektor kan prøve å kartlegge betalingsvilligheten ved spørreundersøkelser, men da kan folk enten overdrive eller underdrive sin egen betalingsvillighet. Ved å oppgi lav betalingsvillighet kan man ende opp med gratispassasjerproblemet. Gratispassasjerproblemet er en situasjon, hvor en person drar nytte av et gode, ved å betale litt eller ingenting for å kunne konsumere godet.

Private goder er goder som er rivaliserende og ekskluderende i konsum. Når rene private goder blir konsumert, reduseres den potensielle mengden andre individer kan konsumere med den mengden som blir konsumert. Det betyr at dersom man har en skål med epler og et individ spiser et eple, vil den resterende mengden epler som er tilgjengelig for andre individer, reduseres med ett eple. Det finnes eksempler på at det er mulig å dele private goder, men da mister godet litt av hensikten sin. En mobiltelefon kan deles, men i det den deles med et annet individ vil dette med andre ord bety, at det første individet konsumerer en halv mobiltelefon og det andre individet den andre halvdel. Det gir derfor ikke mening å dele et rent privat gode.

Klubbgoder og fellesgoder er en mellomting mellom private og kollektive goder. Dette er henholdsvis goder som er ekskluderende og ikke-rivaliserende i konsum, som for eksempel klubbgoder som kino, Spotify eller private parker. Fellesgoder som fiskeområder eller fossefall er ikke-ekskluderende og rivaliserende i konsum.

Tabell 3 Ulike typer goder

<p><b>Privat gode (rivaliserende og ekskluderende)</b></p> <p>Mat, klær, mobiltelefoner og datamaskiner</p>	<p><b>Fellesgode (ikke-ekskluderende og rivaliserende)</b></p> <p>Fiskeområder, skogområder, fossefall</p>
<p><b>Klubbgode (ekskluderende og ikke-rivaliserende)</b></p> <p>Kino, Spotify, private parker</p>	<p><b>Kollektivt gode (ikke-rivaliserende og ikke-ekskluderende)</b></p> <p>Luft, forsvar, gatelys, veier, parker</p>

### 3.2 Kostnadsdeling i klubber

Medlemmene i klubben deler på kostnadene som klubben har for å tilby et gode. Vi antar symmetrisk deling i klubben. Når klubbstørrelsen øker vil kostnadene som hvert enkelt medlem møter reduseres fordi når det kommer inn ett ekstra medlem i klubben vil kostnadene fordelt på hvert enkelt medlem reduseres. For å oppnå Pareto-optimalt konsum bruker vi nytten og kostnadene som individene har slik at vi finner et nivå hvor hvert enkelt individ har sin høyeste nytte og ikke kan få det bedre uten at noen andre får det verre. Selv om noe er Pareto-optimalt, impliserer det ikke likhet eller rettferdighet.

Medlemmene i en klubb er med på å bestemme om flere medlemmer får lov til å bli med i klubben. Hvert enkelt individ har en margin hvor som forteller oss villigheten individet har for å la ett ekstra medlem slippe inn i klubben mot å få litt ekstra penger slik at individets nytte ikke forandres. Dette er individets marginale substitusjonsrate (MRS). Nyttens som et individ får for sitt konsum av et gode avhenger av hvor mange andre individet må dele godet med. Dette betyr at en klubb tilsynelatende vil ha redusert nytte per individ, når klubbstørrelsen øker. Det kan imidlertid også være positivt med økt klubbstørrelse.

I en fotballklubb vil økt klubbstørrelse føre til at det for eksempel blir mindre kapasitet på banene, samtidig vil økt klubbstørrelse føre til at det er flere som betaler kontingenten og er med på å dele på kostnadene. Individet oppnår likevekt i klubbstørrelse hvis de marginale fordelene som individet får fra å få et ekstra medlem er lik de marginale kostnadene som individet får ved det ekstra medlemmet.

Det finnes mange goder hvor det er store forskjeller i nytten ut ifra klubbstørrelsen. For eksempel i en klubb med to medlemmer vil ett ekstra medlem i klubben bety store forandringer i hvordan de opprinnelige medlemmene kan konsumere godet. Tilgangen på godet til de første medlemmene blir redusert når ett ekstra medlem kommer til i klubben. Ser man på klubbstørrelse helt ned på marginen kan en klubb på to medlemmer være «for liten» mens en klubb på tre medlemmer kan være «for stor». I en endelig klubb med  $x$ -antall medlemmer som tilbyr et rent kollektivt gode vil klubben alltid være under optimal klubbstørrelse fordi ekstra medlemmer kan bli medlemmer av klubben uten at det reduserer tilgjengeligheten på godet for andre medlemmer. Samtidig vil de nye medlemmene ofte øke verdien på godet i tillegg til at de er med på å dele på kostnadene. Klassifiseringen av godet, altså om det er rent privat, rent kollektivt eller midt imellom, er bestemt av klubbstørrelsen. Hvis et gode har en stor klubbstørrelse i likevekt kan det beskrives som et kollektivt gode og motsatt hvis et gode har en liten klubbstørrelse vil det klassifiseres som privat.

### 3.3 Optimal klubbstørrelse

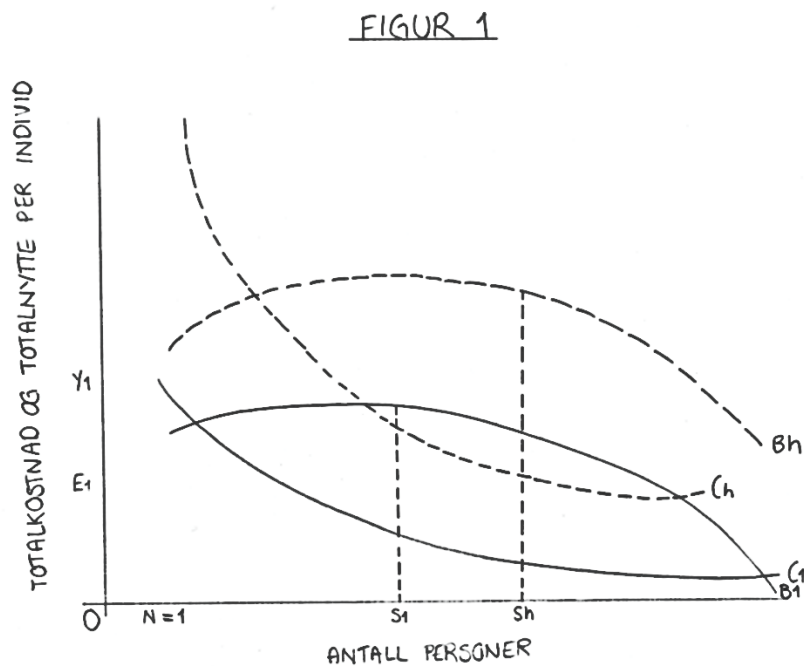
Antall medlemmer i en klubb vil variere ut ifra en rekke variabler, men i hovedsak vil optimal klubbstørrelse være avhengig av antall medlemmer og mengden av det godet klubben tilbyr. For å finne optimal klubbstørrelse for en fotballklubb så kan vi se på mengden av godet som klubben tilbyr, i dette eksempelet fotballbane.

En fotballbane er et gode som kan beskrives som delvis kollektivt, altså et gode som har ikke-ekskluderende og ikke-rivaliserende egenskaper ved at det ikke blir brukt opp eller stenger noen ute fra å konsumere det. Et individ kan velge å bli med i en klubbignende forening, som i vårt eksempel ville vært en fotballklubb, men individet kan også velge å ikke bli med i klubben. Vi antar at alle individene er identiske. Først definerer vi en enhet i form av produksjon.

På figuren under måler vi på x-aksen totalkostnad og totalnytte per person, der den totale nytten er hentet fra individets verdsetting av fotballbanen målt i dollar.

Y-aksen viser antall personer i mulige delingsordninger. Her er  $Y_1$  den fulle kostnaden for en fotballbane og  $E_1$  er referanseindividets vurdering av fotballbanen som et rent privat konsumgode.

Figur 1 Totalnytte og totalkostnad ved ulik klubbstørrelse



I en situasjon hvor individet er alene om å betale for konsumeringen vil individet ønske å finne delingsavtaler, som for eksempel en klubb eller en forening, hvor medlemmene er sammen om å dele på kostnadene. Ved å se på grafen kan vi finne totalnyttefunksjonen  $B_1$  og totalkostnadsfunksjonen  $C_1$  som individet møter. Etter hvert som flere og flere medlemmer kommer til vil nytten for individet falle. Dette gjelder uansett størrelse på klubben. Det kan også finnes både et økende og et konstant område av den totale nyttefunksjonen, men individet vil til slutt oppleve trengsel og dermed vil individets verdsetting av nytten på godet falle. I følge Buchanan er det liten tvil om at totalnyttekurven  $B_1$  vil være konkav for goder som utviser «alminnelighet» i konsum.

En økning i antall medlemmer i klubben vil redusere totalkostnaden per medlem av den enkle grunn at det blir flere som deler på kostnadene. Buchanan skriver at symmetrisk kostnadsdeling er fordelaktig, altså at hvert enkelt medlem betaler en like stor del av den totale kostnaden klubben har. Videre påpeker han at uansett hvilken form for kostnadsdeling man velger så vil den totale kostnaden per medlem falle når flere medlemmer blir med i klubben.

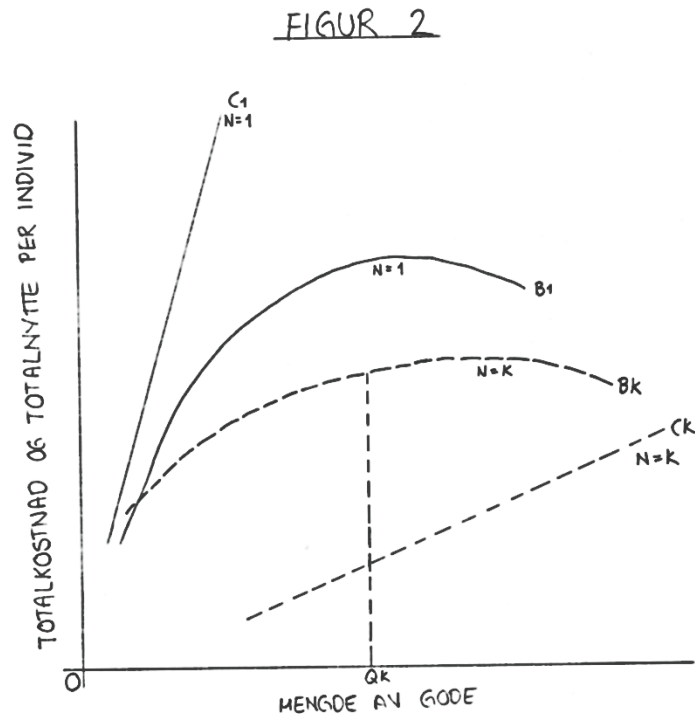
Kostnadene per medlem vil falle selv om kostnadsdelingen ikke er symmetrisk fordi flere medlemmer vil redusere kostnaden hvert enkelt medlem må dekke. I figur 1 har vi antatt symmetrisk deling og  $C_1$ -kurven følger den totale kostnadsfunksjonen. Når klubben øker i størrelse faller  $C_1$  noe som illustrerer hvordan flere medlemmer reduserer totalkostnaden per klubbmedlem.

For den gitte størrelsen på fotballbanen vil det finnes en optimal klubbstørrelse som er bestemt av der marginalkostnaden er lik marginalnyttens. I figur 1 er dette illustrert med  $S_1$ . Hvis størrelsen på fotballbanen økes slik at den kan brukes av flere medlemmer av fotballklubben, vil vi kunne finne en ny totalkostnad og en ny totalnyttekurve samt en ny optimal klubbstørrelse. I vårt eksempel med fotballbane bør det merkes at en fotballbane har i hovedsak tre størrelser; 5er, 7er og 11er. Dermed vil å øke størrelsen på fotballbanen stort sett si at fotballbanen utvides fra 5er eller 7er til 11er størrelse eller at det bygges flere fotballbaner.  $S_h$  viser et annet optimum for en mengde goder som kurvene  $C_h$  og  $B_h$  er basert på. Ved å bruke samme metode kan vi for enhver størrelse på klubben finne en optimal størrelse på fotballbanen (godet).

På x-aksen i figur 2 måler vi fysisk størrelse på fotballbanen og på y-aksen måles totalkostnad og totalnytte slik som i figur 1. I figur 2 kan vi se hvordan mengden på godet, eller hvor stor fotballbanen er, påvirker totalkostnad og totalnytte. Hvis vi ser på et eksempel, hvor det er mulig at en klubb har ett medlem, kan vi se at de totale kostnadene for individet øker med mer enn hva den totale nytten øker med. Derfor kan den optimale mengden av et gode i en klubb med ett medlem være null. Når flere medlemmer blir med i klubben vil de totale kostnadene som individet møter falle, og ved å fremdeles anta symmetrisk deling vil de totale kostnadene falle proporsjonalt med antall nye medlemmer i klubben. Kurvene  $B_1$  og  $B_k$  viser den totale nytten individet får av godet i henholdsvis en én-persons klubb og en klubb med  $k$  medlemmer. Kurven er konkav og vil etter å ha nådd et maksimum hvor individet får mest nytte, falle.

Når klubben øker i størrelse vil den totale nytten per individ falle, og som regel forbi den opprinnelige verdien hvor det ikke var trengsel. Da vil også punktet hvor individet oppnår mest nytte skifte utover mot høyre.

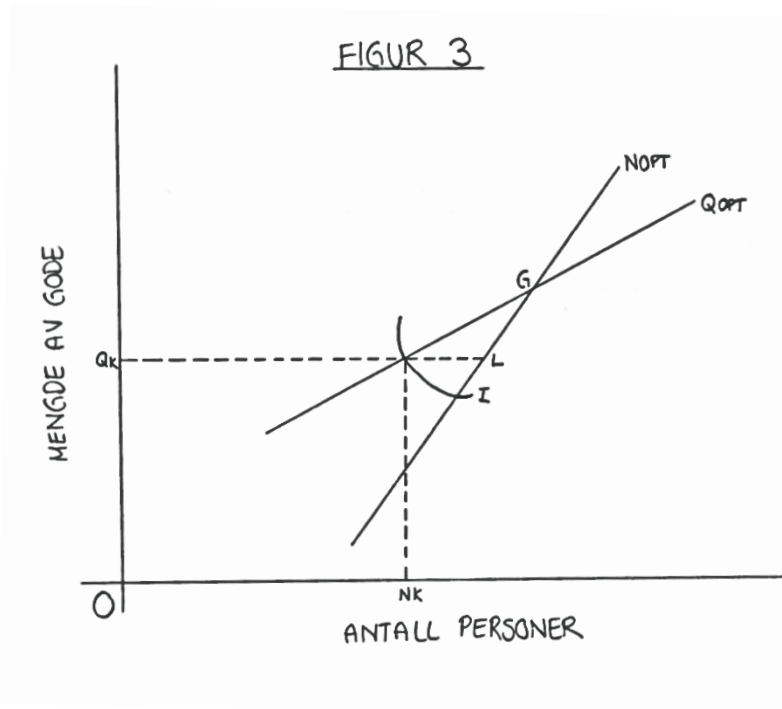
Figur 2 Totalkostnad og totalnytte per individ i forhold til mengde gode tilgjengelig



Ved å bruke konstruksjonen av figur 2 kan vi finne optimal mengde goder for enhver klubbstørrelse. Punktet  $Q_k$  på x-aksen viser den optimale størrelsen på fotballbanen (godet) når klubben har  $N=k$  medlemmer.

Figur 3 er satt sammen av resultatene som vi fant i figur 1 og figur 2. På x-aksen måler vi klubbstørrelse og y-aksen viser størrelsen på fotballbanen (mengden av godet). For å finne optimal klubbstørrelse,  $N_{opt}$ , bruker vi verdiene for optimal klubbstørrelse for hver mengde av godet som vi fant i figur 1. Optimal klubbstørrelse,  $Q_{opt}$ , finner vi ved å bruke optimal mengde av hvert gode for hver klubbstørrelse som vi fant i figur 2. Punktet G, hvor  $N_{opt}$  og  $Q_{opt}$  krysser, gir oss den optimale klubbstørrelsen og mengden av godet. Her vil individet være i likevekt for både klubbstørrelse og mengde av godet. Sett at delingsgruppen er begrenset til  $N_k$  og mengden av godet er begrenset til  $Q_k$ . I figur 3 vil dermed individet ønske å oppnå en endring i klubbstørrelsen fra punkt L slik at man oppnår likevekt. Når klubbstørrelsen øker vil individet ønske mer av godet helt frem til man er i punktet G og i likevekt.

Figur 3 Optimal mengde av et rent kollektivt gode tilgjengelig i forhold til klubbstørrelse



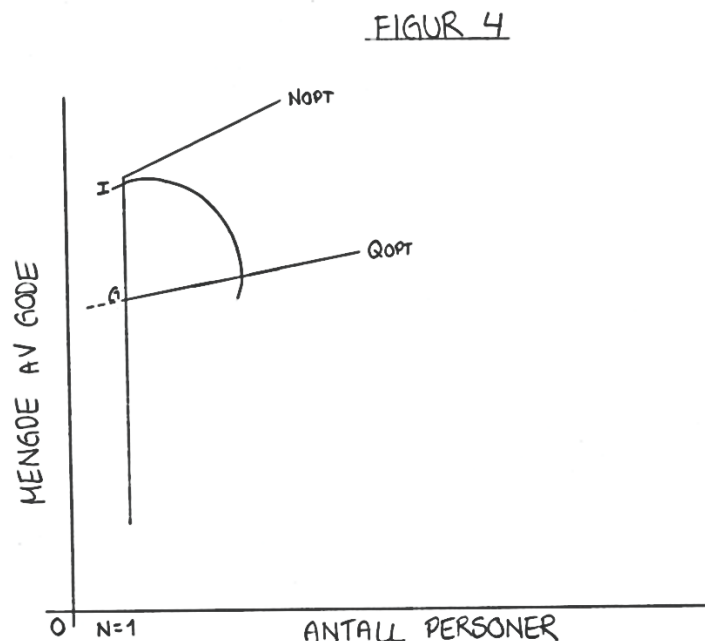
I figur 3 kan vi også se preferansene til individet når det kommer til de to variablene; mengde av godet og klubbstørrelsen. I punktet G hvor  $N_{opt}$  og  $Q_{opt}$  krysser oppnår individet den høyest oppnåelige nytten. Kurven  $I$  er en indifferenskurve som viser at individet får lik nytte langs hele kurven med de tilhørende kombinasjonene av klubbstørrelse og mengde av godet. Siden kurvene er optimale verdier når det kommer til individets preferansesystem vil etterfølgende valg føre til at de konvergerer mot punktet G. Valgene individet tar gjør at han ender opp med den posisjonen hvor han oppnår den høyeste nytten.

Preferansene til individet i figur 3 reflekterer de to variablene i konsum for alle nivåer i etterkant av at godet er «betalt for». Med denne oppbyggingen må individet bevege seg mot G med mindre ekstra betingelser blir innført i modellen. Buchanan skriver at ved normale forhold vil begge kurvene i figur 3 helle oppover mot høyre og de vil være i omtrent samme forhold til hverandre. Årsaken til dette er at det finnes et komplementært forhold fremfor et bytteforhold mellom å øke mengden av gode og å øke størrelsen på klubben. Dette betyr at for godet fotballbane vil det finnes en økning i størrelsen på fotballbanen som passer med at flere medlemmer blir med i klubben, i stedet for at man reduserer antall medlemmer for å «øke banestørrelsen».



Denne geometriske modellen har to ytterpunkter; goder som er rent private, som for eksempel mat og klær, og goder som er rent kollektive, som for eksempel gatelys eller fortau. Vi tar for oss rent kollektive goder som det første ytterpunktet. Denne typen goder har per definisjon ikke trengsel slik at alle totalnyttekurvene i figur 1 blir horisontale. Dette er fordi goder som er rent kollektive ikke er rivaliserende eller ekskluderende i konsum ergo vil ikke klubbstørrelse bety noe for nytten til individet. Derfor vil optimal klubbstørrelse, uansett mengde av godet, være uendelig. Full likevekt vil på grunn av dette ikke være mulig. Måten figur 3 er satt opp gjør at N-kurven ikke kan plottes. Hvis vi i figur 3 antar at gruppen har størrelsen  $N_k$  vil trengsel kunne skje dersom fotballbanen er liten eller fotballklubben disponerer få baner, men dersom mengden som gir likevekt kan oppnås vil ikke trengsel forekomme. Dermed vil det være stordriftsfordeler i klubbstørrelse. Den optimale posisjonen er derfor helt lik den situasjonen hvor et rent kollektivt gode som er delvis begrenset.

Figur 4 Optimal mengde av et rent privat gode tilgjengelig i forhold til klubbstørrelse



Det andre ytterpunktet vi skal ta for oss er et rent privat gode som for eksempel mat eller mobiltelefon vist i figur 4. For denne typen goder vil individet med sine tilhørende inntekt- og prisbetingelser kunne oppnå maksimal nytte uten at individet har behov for flere medlemmer i klubben. Dette kommer av at et rent privat gode er ekskluderende og rivaliserende i konsum. Med andre ord vil individet selv være i stand til å oppnå sin maksimale nytte uten «hjelp» fra andre medlemmer i klubben.

Det er også verdt å merke seg at nytten individet får av for eksempel en mobiltelefon er såpass eksklusiv at hvis individet måtte dele mobiltelefonen med andre medlemmer i klubben forsvinner nesten all nytten. Den høyeste nytten individet kan oppnå, punkt G, vil ligge vertikalt fra punktet  $N=1$ . Vi kan også se ut ifra figuren at nytten til individet reduseres som forventet ved en utvidelse av klubben. Buchanan (1965, side 12) utdyper dette i en fotnote hvor han skriver at goder som er litt «kollektive» for lavinntektsgrupper vil gå fra å være «kollektive» til å være «privat» når inntekten i gruppen øker. Som et eksempel bruker han skoledistrikter hvor i en gruppe med høy inntekt tenderer gruppene (skoledistriktet) til å være mindre enn i en gruppe med lav inntekt.

De nødvendige marginalbetingelsene som må være oppfylt ved unike likevektverdier for både mengde av gode og klubbstørrelse kan vi se i figur 4. Dette er mulig ved å gjøre antagelser og forenklinger som at man antar at det finnes spesifikke kostnadsdelingsavtaler og identiteter blant individene. Ved å fjerne begrensningene kan vi generalisere resultatene. I en tilfeldig gruppe med individer vil det være et sett med marginale priser, mengder av goder og en klubbstørrelse som vil være optimalt for kostnadsdelingsavtalen, gitt at individene er i stand til å vurdere både konsumandeler og kostnaden ved trengsel.

Siden alle valg blir tatt samtidig betyr det at mengden goder, klubbstørrelse i konsum og kostnadsdelingsavtalene blir valgt simultant. Fordelingsvurderinger må også inkluderes fordi vi må ta høyde for at det alltid kan tjenes på byttehandel. Man kan nå se på kostnadsandeler ved å tilby ulike mengder av et spesifikt gode til klubber på forskjellig størrelse. Uavhengig av sine egne valg av disse to variablene vil individet møte et forutsigbart sett av marginalpriser for de ulike størrelsene på klubben og ulike mengder av godet. Med de valgte forutsetningene og betingelsene kombinert med antagelsen om ceteris paribus (alt annet likt) er den grafiske løsningen relevant for hvilket som helst individ i klubben. I en situasjon hvor vi fjerner antagelsen om ceteris paribus vil den geometriske konstruksjonen holde uten endringer for beregningen av valgene til et tilfeldig individ i klubben. Årsaken til at vi ikke kan generalisere er at de ulike individene i klubben vil vurdere et hvilket som helst resultat forskjellig.

### 3.4 Eiendomsretten som virkemiddel mot gratispassasjerer

Når en klubb ikke har restriksjoner eller mulighet for å ekskludere brukere, kan gratispassasjerproblemet oppstå. Det innebærer at individer kan tro at det er umulig med full eksklusjon, og dermed kunne få fordeler av å være medlem av klubben, uten å være et fullt betalende medlem eller bidragsyter i klubben. Kort fortalt vil dette si at et individ vil få nytte fra godet som klubben tilbyr uten, at individet må betale for det.

Buchanan skriver, at denne teorien bare er for organisasjoner og delingsgrupper, hvor det går an å ekskludere. Det finnes få goder, som med varierende eiendomsrettigheter, ikke er ekskluderende fordi eiendomsretten er av natur ekskluderende. Derfor kan teorien heller brukes om optimal ekskludering eller optimal inkludering. Medlemskap i klubber, gjør at vi kan vise varierende eiendomsrett for et gode. Vi kan fremdeles bruke godet fotballbane, som vi har brukt tidligere. Fotballbanen tilhører en fotballklubb, som kan «dele opp» sin eiendomsrett over banen, til de ulike lagene i klubben. På den måten vil man ekskludere andre fra å bruke fotballbanen. Disse individene kan i tillegg være motvillige til å inngå frivillige avtaler om kostnadsdeling. Dette tyder på at å tillate mer fleksible eiendomsavtaler, og introdusere ekskluderende enheter, er viktige måter å redusere kostnaden for å sikre frivillig samarbeidsavtaler. Eksklusjon er et essensielt hjelpemiddel for å unngå gratispassasjerproblemet.

Et annet eksempel på varierende eiendomsrett, kan være når individer blir vaksinert mot en smittsom sykdom, og medborgerne rundt individet opplever positive eksternaliteter i form av mindre smittefare. Buchanan skriver at en slik handling gjør at individet kan få myndighet til å ta betalt for vaksineringsen sin fra medborgerne, fordi de er medlem av samme «klubb». Individet vil «få tilbake» penger fra sine medborgere i form av at de betaler skatt, slik at klubben kan tilby andre goder som individet kan få nytte av.

Et annet eksempel på varierende eiendomsrett, er et fyrtårn, hvor eieren av fyrtårnet kan velge å bare tilby lys til de som har «lyspass». Slik kan eieren av fyrtårnet ekskludere ikke-betalende medlemmer fra å nytte seg av godet som han tilbyr. Dersom man ikke tilpasser eiendomsretten, vil hvem som helst kunne benytte seg av lyset, og dermed kan gratispassasjerproblemet oppstå.

## 4 Privat styring av klubber<sup>7</sup>

Opprettelsen av klubben Jonathan's Coffeeshouse som aksjemarked var et resultat av flere hendelser i London 1700-tallet. Først og fremst var det fordi aksjemeglere var uønsket på The Royal Stock Exchange. Årsaken til det, var at aksjemeglerne hadde fått et rykte på seg for å bryte avtaler, slik at motparten tapte penger. Siden myndighetene nektet å håndheve disse kontraktene, grunnet at det var for kostbart og vanskelig å følge opp, ble grunnlaget for opprettelsen av private klubber lagt. Da ble kaféer (coffeeshouses) gjort om til private klubber av meglere, fordi man ikke kunne stole på eksterne domstoler til å håndheve reglene. Dette førte til at meglere med dårlig rykte påførte negative eksternaliteter, i form av mindre tiltro til aksjemeglere, på de ærlige meglere. Hver enkelt klubb kunne lage og håndheve regler, slik at de bare tok inn meglere med et godt rykte. Dersom meglere brøt reglene, ble de utvist fra klubben, og merket som "lame ducks" som er et annet ord for uønsket. Den private klubben i Jonathan's Coffeeshouse, var starten på det vi i dag kjenner som London Stock Exchange.

### 4.1 Fangenes dilemma og private løsninger

Markeder og komplekse kontrakter som før ikke var mulig å få til, ble realisert ved privat styring, fordi den kan dekke behov som ikke offentlig styring har mulighet til. Dette kan vises med fangenes dilemma hvor to personer er mistenkt for å ha begått et ran. Vi antar at de er rasjonelle mennesker og at de har ikke mulighet til å kommunisere. De får hver for seg tilbud om å tyste på den andre, noe som vil gi den andre personen tre år i fengsel mens han selv går fri. Siden kommunikasjon og samarbeid er umulig, vil de heller ikke vite hva den andre velger. Hvis fange 1 tier risikerer han at fange 2 tyster og at han dermed ender opp med 3 år i fengsel og fange 2 får gå fri. Dette vil gi fange 1 insentiv til å velge å tyste. Det samme gjelder for fange 2. Vi ender derfor opp i en Nash-likevekt, nemlig at begge tyster; 2 år for hver og til sammen 4 år. En Nash-likevekt er en situasjon hvor ingen aktører ønsker å endre sin tilpasning gitt motpartens tilpasning. Den kjennetegnes av at ingen av spillerne ville endret strategi, selv om de fikk muligheten til det i ettertid.

---

<sup>7</sup> Store deler av dette kapitlet er bygget på teorien i boken *Private Governance* av Edward Stringham fra 2015.

I dette tilfellet vil begge tyste og begge vil få to år hver i fengsel. De mistenkte vet samtidig at dersom begge tier, vil de kunne oppnå den laveste samlede straffen, hvor begge får ett år i fengsel hver. Altså er det i deres felles interesse at begge tier slik at de begge kommer best ut (ett år på begge). Men at i fangenes dilemma vil vi ende opp med at fangene tilstår slik at begge får to år i fengsel hver som er denne situasjonens Nash-likevekt.

Problemet med denne tilstanden er at de har begge insentiv til å forandre sine valg. Fange 1, kan gå fra å få 1 år i fengsel ved å tie, til å gå fri ved å tyste på fange 2. Det samme gjelder for fange 2, slik at den ustabile tilstanden, hvor begge tier vil føre til at de endrer sine valg til å tyste, slik at man ender opp i Nash-likevekten.

Tabell 4 Fangenes Dilemma

<b>Fange 1/Fange 2</b>	<b>Tyste</b>	<b>Tie</b>
<b>Tyste</b>	2 år / 2 år	0 år / 3 år
<b>Tie</b>	3 år / 0 år	1 år / 1 år

Fangenes dilemma i en aksjehandel vil si at en kjøper og en selger har en avtale som gir hver av partene en gevinst eller nytte på 20. I tabellen under kan vi se at dersom kjøper eller selger bryter avtalen, vil han kunne oppnå en høyere nytte på 30. Derfor vil både kjøper og selger forsøke å maksimere nytten sin, ved å bryte avtalen, slik at når begge velger å bryte avtalen så ender de opp med en nytte på 10 for begge parter. Denne løsningen er Nash-likevekten i spillet. Siden det vil gi en potensielt høyere gevinst ved å bedra den andre parten vil det være insentiv for å gjøre nettopp dette. Til tross for at det er best for begge to at de holder avtalen, så vil insentivet for å bedra motparten føre til at de begge vil ønske å bryte avtalen. Dermed ender de opp med en lavere nytte for begge partene, enn hva de kunne oppnådd ved å samarbeide og holde avtalen.

Når en selger eller megler ikke opprettholder sin del av en kontrakt, og motparten ikke har noe han kan gjøre med det, oppstår det en situasjon hvor markedet ikke fungerer. Ifølge Israel Kirzner referert i Stringham (2015b, side 1), vil et marked uten håndheving ikke fungere. For å få det til å fungere, må kontrakten håndheves enten privat eller statlig, slik at kjøper får det han har betalt for. Både staten og private må opprette institusjoner som upartisk kan håndheve kontrakter, og dermed minimere risikoen for bedrageri. Til tross for at det nå har kommet inn en upartisk tredjepart som skal håndheve kontrakten betyr ikke dette at alt er perfekt. Ofte mangler staten insentiv, kunnskap og mulighet til å håndheve kontraktene eller eiendomsretten på en kostnadsminimerende måte. Dersom en av partene i en avtale ikke holder sin del, og på den måten «tvinger» motparten til å gå rettens vei for å løse sitt problem, vil de kunne dras inn i en lang rettsprosess som både er kostbar og tidskrevende for begge parter. Hvis de hadde blitt enige om å holde sine forpliktelser, så hadde de oppnådd den beste løsningen for begge to samlet, men når en part bryter avtalen og man ender opp i en rettstvist vil de ende opp med en dårligere løsning. Siden det er mulig å bryte avtalen, vil det være en risiko som individene må ta hensyn til når de treffer sine valg. Hvis begge individene er profittmaksimerende, vil begge bryte avtalen, siden det er det som gir den høyeste profitten for individet. Da vil de ende opp i en Nash-likevekt, men ikke den beste løsningen for begge to i situasjonen gitt den andres valg. Den samlede profitten vil vært større dersom begge holdt sin del av avtalen, noe som ville gitt individene 20 i profitt hver.

*Tabell 5 Fangenes dilemma med handelsavtaler*

<b>Individ 1 / Individ 2</b>	<b>Holde ord</b>	<b>Bryte løfte</b>
<b>Holde ord</b>	20 / 20	0 / 30
<b>Bryte løfte</b>	30 / 0	10 / 10

I denne situasjonen vil det være etterspørsel etter en privat løsning på problemet, siden det for begge parter er dyrt og tidskrevende å få prøvd problemet sitt i rettsvesenet. Mange bedrifter og privatpersoner har ikke ressurser som kan låses i en lang rettsprosess. Problemet som partene står ovenfor nå, gir oss grunnen til at private parter har insentiv til å finne private løsninger på uønsket oppførsel.

## 4.2 Privat styring som problemløser

Myndighetene er alternativet til privat styring av private klubber. Stringham stiller tre spørsmål når et potensielt problem oppstår; Har myndighetene, politiet og domstolene evnen til å løse problemet på en rimelig måte? Har de kunnskapen til å løse problemet? Har de insentiv til å løse problemet?

Ofte er svaret på spørsmålene nei, og det er i slike situasjoner privat styring kommer inn som en måte å løse problemet. Hvis en skal ta et problem til retten og prøve saken i det offentlige systemet, kan store ressurser låses i en lang prosess, og det er en av grunnene til at behovet for private løsninger eksisterer. Gjennom privat styring, kunne for eksempel aksjemeglerne i London på 1600- og 1700-tallet som holdt til i Jonathan's Coffeehouse, luke ut de meglerne som skapte problemer. Dette er en rimelig måte å løse problemet med kontraktsbrudd.

Et annet problem med offentlig styring, er når det oppstår situasjoner og de ikke har kunnskapen, som kreves for å løse eller håndtere dette. Dermed oppstår det et behov for private løsninger for å løse problemet. Når det offentlige ikke har kunnskapen til å løse et problem, kan dette skyldes for eksempel at problemet er såpass spesielt, lite eller særegent. Da vil privat styring, hvor en privat klubb har institusjoner som er mer spesialisert og har en større forståelse for hva problemet faktisk er, kunne løse problemet.

Til slutt stiller Stringham spørsmål om det offentlige har insentiv til å løse problemene som oppstår. Svaret på dette er både ja og nei. Først og fremst vil de ønske å forsøke og løse alle problemer som oppstår, da det er en av oppgavene styresmakter har. I store saker som omhandler flere parter, og hvor utfallet potensielt kan påvirke flere personer, vil styresmaktene ha større insentiv for å finne en løsning på problemet.

Dette kommer av at rollen som styresmakt medfører ansvar for å utforme lover, regler og reguleringer for et samfunn. Svarene vi får på Stringhams tre spørsmål underveis, viser at det er et klart behov for private løsninger på mange problemer som myndigheter, politi og domstoler ikke kan løse på en effektiv måte. Private løsninger vil som regel være skreddersydd for akkurat det problemet det prøver å løse.

I følge Stringham, så antar juridiske sentralister at svaret på de tre spørsmålene er ja, men privat styring vurderer muligheten for at styresmaktene, politi og domstolene kan være mangelfulle. Sentralisme blir i Store Norske Leksikon (Store Norske Leksikon, 2014) definert som en situasjon hvor makten er samlet hos den øverste ledelse og gjerne hos den øverste lederen. Juridisk sentralisme er da at de rettslige avgjørelsene er samlet hos den øverste ledelsen eller lederen. Stringham påpeker at det finnes kunnskaps- og insentivproblemer. Han refererer til flere andre økonomers forskning på området, blant annet Stigler og Zywicki. (Stringham, 2015a, side 12).

### **4.3 Myndigheter, politi og domstolers evne, kunnskap og insentiv til å løse problemer**

*When unmet needs exist, will the private sector have the ability, knowledge and incentive to solve them? (Stringham 2015a, s 12).*

For å vise hvordan myndighetene, politiet og domstolene ikke har evnen til å hjelpe alle, bruker Stringham et eksempel hvor et individ kjøper et kontantkort til 25 dollar, som viser seg å være falskt. Spørsmålet som da blir reist er om myndighetene, politiet eller domstolene har evnen til å løse dette problemet hvor individet har blitt svindlet. Vi antar at individet er en nyttemaksimerende rasjonell aktør. I en slik situasjon må individet vurdere, i en slags nyttekostanalyse, hvor han må anslå hvor stor verdi eller nytte dette kontantkortet hadde vært for individet, dersom individet hadde fått det han betalte for. I tillegg må han vurdere kostnaden knyttet til ressursbruken ved å saksøke selger, hvor blant annet han må anslå en verdi på sin egen tid, kostnaden å saksøke en annen person, kostnaden for advokathjelp, påkjenningen av å være i en rettsak og ubeleiligheten ved å ha ressurser låst i rettssystemet. Alle kostnadene må i tillegg vurderes i forhold til gevinsten ved en eventuell seier i retten.



Personen må altså veie tap mot gevinst av å saksøke motparten, før han treffer sin beslutning, noe som er vanskelig å anslå. Vi kan derfor anta at dersom kostnaden er større enn gevinsten, så vil en rasjonell aktør ikke vil ønske å gå rettens vei for å løse problemet, og at han dermed enten må leve med problemet eller så må han prøve å finne private løsninger.

Stringham (2015a, side 14) skriver at “Galanter (1981, p. 3) describes how “courts resolve only a fraction of all disputes that are brought to their attention. These are only a small fraction of the disputes that might conceivably be brought to court and an even smaller fraction of the whole university of disputes.””. I tillegg bemerker Stringham at av alle transaksjoner med tvister, så utgjør de bare en liten andel av det totale antallet transaksjoner. De fleste aktører er ærlige og holder sine avtaler.

Kostnaden ved å gå rettens vei for å løse opp i problemer er høy for både store og små bedrifter. Rettssaker har en tendens til å være både dyre og tidkrevende, i tillegg til at utfallet kan være usikkert. Dette fører til at mange velger å leve med problemet eller eventuelt søke etter private løsninger. Hvis for eksempel en ansatt ikke er produktiv og en arbeidsgiver ønsker å få retten til å gjøre den ansatte mer produktiv, vil da myndighetene hjelpe arbeidsgiveren med dette? Svaret på spørsmålet avgjør om myndighetene, politiet eller domstolene har evnen til å løse et problem på en kostnadseffektiv måte. Dersom de ikke kan det, vil det være behov som ikke er dekket og dermed et behov for private løsninger.

Stringham (2015a, side 16) skriver at “Hayek describes the market as a discovery process in which different people get to test out different ideas and see what best fulfills customer desires”. Myndighetene får ikke konstant tilbakemelding, om bedrifter møter kundenes behov, gjennom profitt og tap slik som private aktører får. En byplanlegger antar at uten eiendomsrett, priser, profitt og marked vil myndighetene kunne utføre en rasjonell økonomisk beregning. En juridisk sentralist vil anta at myndighetene, med et monopolistisk lov- og forskriftssystem, effektivt kan vurdere effektene av hver enkelt lov for å forhindre problemer i markedet.

Dersom myndighetene, politiet og domstolene mangler kunnskapen om hvilke lover eller håndhevingsprosedyrer som forsterker markedet og hvilke som skader det, vil det være behov som ikke er dekket og dermed et behov for private løsninger.

I et tilfelle, hvor en butikk opplever negative effekter av at det er mange uteliggere utenfor butikken har myndighetene, politiet eller domstolene insentiv til å gjøre noe med dette? Butikken taper penger fordi folk ikke ønsker å handle i en butikk som oppleves som utrygg. Stringham bruker en Safeway-butikk i San Francisco som eksempel, hvor en rusavhengig har tatt en brukerdose og ligger på gulvet midt i butikken. Her taper Safeway penger både på kort sikt på grunn av tapt salg, og på lang sikt på grunn av færre kunder. Problemet er relativt alvorlig og for en bedrift så stor som Safeway, og som betaler så mye i skatt, vil man anta at politiet vil prioritere dette. Politiet i store byer som San Francisco vil ha mye annet å prioritere over en såkalt lav-prioritetssak som dette blir kategorisert som. Vi kan derfor stille oss spørsmålet om politiet, domstolene og myndighetene har insentiv til å løse dette problemet?

En svak hypotese om *public choice* er at polititjenestemenn bryr seg om offentligheten, men at de også tar med sine egne interesser når de treffer sine beslutninger. De offentlige ansatte gjør jobben sin, men de har gjerne ikke motivasjonen til å jobbe så hardt som de kunne. Det finnes også en sterk hypotese om *public choice* som sier at polititjenestemenn kun bryr seg om sine egne interesser og ikke om sine medborgere sine interesser. For eksempel kan politiet gjøre godartete feil som minimalt med patruljering eller prøve å oppnå overtid. De kan også gjøre ondartete feil ved å misbruke makt eller til å skaffe seg ressurser. Stringham viser til undersøkelser som fant at folkevalgte blir sett på som noen som blir påvirket av spesielle interesser og passer sine egne interesser. Er myndigheter, politi og domstoler annerledes enn folkevalgte? Eller vil de også søke etter å fremme sin egen karriere, inntekt, makt eller fritid? Når myndighetene, politiet eller domstolene ikke er tilstrekkelig motiverte for å løse borgernes problemer, vil det være behov for private løsninger.

#### 4.4 Eksklusjon, lame ducks og allmenningens tragedie

En privat løsning som de hadde ved Jonathan's Coffeehouse i London på 1700-tallet, for å kunne forhindre at problemer som at en aktør ikke holder sin del av en kontrakt vil skje i fremtiden, var eksklusjon. Her ble såkalte «lame ducks» kastet ut av den private klubben dersom de misligholdt avtalene som ble gjort. En slik type privat styring ble til i 1762 ved at aksjemeglere som hadde forflyttet seg fra The Royal Exchange til Jonathan's Coffeehouse skulle betale 8 pund i året i leie for å ha en plass i den nye klubben. En slik medlemsavgift og organisering gjorde det mulig for klubben å ekskludere medlemmer som hadde en uønsket adferd. Eksklusjonen gjorde slik at klubben kunne opparbeide seg et rykte om at det kun var anerkjente aksjemeglere som holdt til her. Privat styring førte i dette tilfellet til at sannsynligheten for mislighold falt, og dersom noen brøt reglene kunne klubben kaste disse medlemmene ut, noe som ga medlemmene insentiv til å holde avtalene sine.

Et problem som kan oppstå dersom det ikke settes grenser og restriksjoner i en klubb, er allmenningens tragedie. Sett at en klubb deler på en ressurs, uten å ha restriksjoner på hvem som kan benytte seg av ressursene. I Jonathans Coffeehouse, var den felles ressursen *tillit*, som meglerne delte på i form av at denne klubben hadde et rykte på seg for å kun ha ærlige meglere. Uten restriksjoner på hvem som hadde tilgang til klubben og ressursene som klubben disponerte, kunne i teorien hvem som helst dra nytte av det gode ryktet som klubben hadde. På denne måten kunne uærlig meglere ha utnyttet det at klubben hadde sterk tillit i samfunnet, og laget avtaler de ikke holdt. Slik ville de ærlige meglerne som bidro positivt i klubben få mindre nytte. En slik utarming av fellesressursen tillit, ville over tid føre til at renomméet til klubben vil ødelegges, og alle partene ville tape. Altså må klubben innføre restriksjoner, eller gjøre det mulig å ekskludere medlemmer, for å forhindre allmenningens tragedie. I Jonathans Coffeehouse løste de dette problemet, ved å lage en oversikt over medlemmer som ikke holdt avtalene sine, og dermed gjorde de det mulig for alle å se hvem som var ærlig og hvem som ikke var det. Oversikten over de meglerne som var «lame ducks», var klubbens måte å ha kontroll over sin ressurs, og samtidig kunne finne en optimal mengde av den.

## 4.5 Tilbydere av private løsnings forsøk på å dekke behov

Oppstår det et behov for private løsninger, er det ikke sikkert at tilbydere av private løsninger vil prøve, eller om det i det hele tatt er mulig å finne private løsninger. Private aktører vil alltid ha problemer med å oppnå perfekte resultater på grunn av imperfekt kunnskap, motstridende interesser, transaksjonskostnader og andre kollektive handlingsproblemer. Stringham (2015a, side 18) skriver at private aktører kan tjene på å forbedre problemer, og viktigheten av løsningen gir en større potensiell fortjenestemulighet. Ved å gi private aktører muligheten til å styre, oppfordrer de til å finne kreative løsninger på komplekse problemer. Private løsninger vil aldri kunne løse alle problemer, på lik linje med at entreprenører aldri vil finne opp alle mulige produkter. Det som driver utviklingen av private løsninger er fortjenestemulighetene for løsningene eller produktene som de kan tilby.

Politiet eller myndighetene har ikke de samme insentivene for å bekjempe problemer som for eksempel svindel. Stringham bruker PayPal som eksempel på et selskap som har flere brukere enn det alle land bortsett fra Kina, India og USA har innbyggere. PayPal vil derfor ha større insentiv til å utvikle nye systemer og metoder for å bekjempe svindel, slik at selskapets nettverksverdi øker, enn det for eksempel norske myndigheter har. Et annet eksempel på private løsninger som dekker behov som myndigheter eller politi ikke klarer er Special Police i San Francisco under Gullrushet på 1800-tallet. Da gikk innbyggerne i San Francisco sammen om å danne et eget privat politi for å kunne beskytte seg mot kriminaliteten og lovløsheten, som fulgte i kjølvannet av alle de tilreisende gullgraverne. Tidlig på 1900-tallet var antallet «Special Police Officers» (1199) høyere enn vanlige politimenn (985). Stringham gjorde i 2009 en undersøkelse om hvorfor kundene til San Francisco Patrol Special Police (SFPSP) valgte nettopp det selskapet i stedet for San Francisco Police Department (SFPD). Her svarte de blant annet at responstiden var for lang, lav tillit eller at de ikke hadde tiltro til SFPD. Når de samme kundene ble spurt om hvorfor de hyret inn SFPSP, svarte de blant annet at responstiden er raskere, at det var mer personlig, at de beskyttet både klientene og kundene til bedriftene og at politimennene kjente til bedriftenes potensielle problemer. (Stringham, 2015a, side 114-133).

Myndighetene har muligens insentiv og evnen til å løse borgernes problemer på en budsjettvennlig måte, eller så har de det ikke. Siden myndighetene ikke er perfekte, vil behovet for private løsninger eksistere.

## 5 Goder; privat eller offentlig?

I dette kapitlet skal jeg bruke Strighams tre “poenger” for å diskutere om myndighetene eller den private sektoren har best insentiv, kunnskap eller evne til å tilby ulike goder, med hovedfokus på godet fotballbane. Jeg vil i tillegg diskutere fordeler og ulemper ved at klubber tilbys offentlig eller privat.

### 5.1 Hvem har best evne, kunnskap og insentiv til å tilby fotballbaner?

En fotballbane er et gode som tilbys i hovedsak på to forskjellige måter; enten som en et privat gode eller som et kollektivt klubbgode. Når fotballbanen tilbys som et kollektivt gode, vil tilnærmet alle ha tilgang til fotballbanen, gitt at de kan komme seg dit. På den måten vil fotballbanen gi størst nytte til de som bor innenfor rimelig avstand. Med andre ord; en fotballbane i Bergen vil ikke gi nytte til noen som bor i for eksempel Oslo, altså er nytten som konsumenten får fra en fotballbane geografisk betinget. Fotballbaner vil som regel ha en tilknytning til en fotballklubb, og dermed indirekte fungere som et klubbgode. Forskjellen på godet er om det er et privat eller kollektivt klubbgode, altså om godet er ekskluderende i konsum eller ikke. Godene som klubber tilbyr er ofte ekskluderende i konsum, nettopp fordi klubber har muligheten til å ekskludere ikke-betalende fra å konsumere godet. Det er blant annet ekskluderingen i eiendomsretten som gjør at klubber kan forhindre gratispassasjerproblemet.

På sine nettsider skriver Bergen kommune at det er over 100 fotballbaner i Bergen hvor de fleste driftes av etat for idrett, men enkelte baner eies og driftes av idrettslag, fylke eller staten. Når det kommer til bruk av banene er de «først og fremst forbeholdt idrettslag i Bergen kommune samt kommunale og fylkeskommunale skoler på dagtid. Utendørsanleggene kan ved ledig kapasitet benyttes til egenorganisert aktivitet.» (Bergen kommune, 2020). Vi ser her at i Bergen er de fleste fotballbanene offentlige og med varierende eiendomsrett.

Offentlig sektors evne til å tilby godet fotballbane, har en del egenskaper som skiller den fra privat sektor. I offentlig sektor, må som regel hele prosjektet utredes og planlegges sammen med byutviklingsplanen. Slike utredninger kan ta lang tid, og føre til at prosjektet ikke realiseres på om mange år.

Her kan privat sektor i større grad gå fortere frem, og dermed få tilbudt godet på et tidligere tidspunkt enn hva offentlig sektor kan. Offentlig sektor har ofte strengere budsjettbegrensninger enn hva privat sektor har, og må i tillegg legge prosjektene ut på anbud dersom verdien på prosjektet overstiger 1,3 millioner kroner. (Forskrift om offentlige anskaffelser, 2001). Dette kan føre til at offentlige prosjekter blir utsatt i mange år, mens prosjekter i den private sektoren kan realiseres på kortere tid.

En mulig grunn til dette kan være at privat sektor ofte kan legge mer penger i banen enn hva offentlig sektor kan. Når en fotballbane blir tilbudt av privat sektor er det ofte på profesjonelt nivå som for eksempel Eliteserie eller OBOS-ligaen, men i Norge er det som regel de største klubbene som eier sine egne baner med noen få unntak. Ser man til England for eksempel, så eier de fleste klubbene sine egne stadioner. (Midolo, 2017). Fotballbanene som profesjonelle fotballspillere benytter seg av er vanligvis kun for fotballklubbens A-lag, og har ofte ikke andre bruksområder enn fotball. Offentlig sektor har en tendens til å tilby flerbruksbaner hvor man kan spille blant annet fotball, amerikansk fotball, landhockey, lacrosse og lignende.

Sentralisering er en annen faktor som påvirker tilbudet av fotballbaner. Det kan negativt påvirke tilbudet fordi det kan ta lengre tid å fikse problemer eller at fotballbaner blir nedprioritert, fordi offentlig sektor må bevilge penger andre steder enn «den fotballbanen» eller i «det området». Når en fotballbane skal tilbys så er det en rekke ting som må være på plass. Først må man ha et område man kan bygge på, deretter trenger man materialer, arbeidere og arbeidsutstyr og til slutt må man jevnlig vedlikeholde banen. Det er mer vedlikehold og dermed dyrere å tilby gressbaner enn kunstgress eller grusbaner, da sistnevnte nesten ikke trenger vedlikehold annet en raking og fylling av hull. En fotballbane med naturgress vil trenge langt mer vedlikehold over tid. I Norge er bruksperioden for naturgressbaner begrenset og følger årstidene hvor man åpner sesongen og naturgressbanene sent på våren og avslutter sesongen sent på høsten. En kunstgressbane vil derimot kunne brukes hele året rundt, og vil gi breddefotballen bedre kapasitet.

Finansieringen til klubber er enten offentlig eller privat. I offentlige klubber vil medlemmene finansiere klubben via skatteseddelen, mens i en privat klubb finansieres klubbens fasiliteter av en medlemsavgift. De offentlige klubbene er ikke like mye basert på frivillighet som de private, da de offentlige klubbene kan for eksempel være kommunen eller fylket. Når det kommer til private klubber, er listen lang.

Et ekteskap er et eksempel på en privat klubb hvor to aktører går sammen om å dele på kostnadene med for eksempel å betale husleien, mens et sameie er et annet eksempel på en klubb hvor kostnaden for å vedlikeholde sine gate eller leilighetsbygg er delt på alle som bor der.

Når det gjelder hvilken sektor som har best kunnskap til å tilby en fotballbane, så er det spesielt en ting som skiller dem; spesialisering. Privat sektor, vil i motsetning til offentlig sektor, kunne spesialisere seg på å tilby fotballbaner som det eneste de gjør mens offentlig sektor tilbyr mange forskjellige goder. Offentlig sektor kan ha mer kunnskap om lokalområdet, og har «produsert» fotballbaner i andre lignende områder. De kan dermed bruke erfaringen de har på å tilby fotballbaner, og se på dataene for å kunne avgjøre noen av egenskapene som banen skal ha. Privat sektor vil kunne tilpasse seg mer til en spesifikk bruk, og dermed også indirekte ekskludere enkelte konsumenter. Sektoren vil kunne tilby baner av høyere kvalitet, da privat sektor ofte kan ha høyere budsjett enn hva tilsvarende offentlige prosjekter har.

Det tredje og siste punktet til Stringham er insentiv. I «produksjon» eller å tilby fotballbaner har både privat sektor og offentlig sektor forskjellig insentiv, kunnskap og evne. Idrett er et viktig fritidstilbud for barn og unge i deres nærmiljø. Et godt fritidstilbud blir sett på som et viktig tiltak myndighetene har for å forhindre at barn og unge kommer inn i kriminelle miljøer. (Carlsson, 2002). Det er derfor rimelig å anta at myndighetene har insentiv for å tilby fotballbaner, slik at flere barn og unge har mulighet for å drive med fotball. Fordelen med mindre kriminalitet blant unge vil nesten alltid veie tyngre enn ulempene som i dette tilfellet vil være i hovedsak økonomiske. Offentlig sektor vil også ha insentiv til å tilby fotballbaner til sine innbyggere, da det vil kunne gi en positiv sosial effekt, i tillegg til de mange helsefordelene ved fysisk aktivitet.

Privat sektor har insentiv til å tilby fotballbaner, blant annet fordi det kan være en mulighet for å oppnå profitt ved å leie ut kapasiteten sin. I tillegg har private, som for eksempel et sameie, insentiv fordi de kjenner til barnas behov, og ønsker å dekke dem. Vi kan anta at en fotballbane, som er tilbudt i privat sektor, vil ha en høyere standard enn en kommunal fotballbane. Den private sektoren vil ha insentiv for å tilby dette, fordi gjennom å sikre høy kvalitet, vil det føre til at bedriften enten opprettholder, forbedrer eller skaper seg et rykte. I offentlig sektor vil man heller kunne få et rykte på seg om at kommunen tilbyr flest fotballbaner, eller har best kapasitet per innbygger.

Hvis man ser på stadioner i Eliteserien i 2016, så er de i hovedsak eid på tre måter; fotballklubbene eier sine egne stadioner, deler eierskapet med kommunen eller en blanding av investorer, kommune og klubber. Disse banene er de største og beste i landet og det vil derfor ofte være høyere standard på alt fra tribune, underlag, parkering osv. Private fotballbaner vil kunne ha mindre slitasje fordi de blir brukt sjeldnere, men på den andre siden så vil en kamp på toppnivå slite mer på banen enn barne- og ungdomskamper.

Den forventede bruken av en fotballbane, er med på å avgjøre hvem som skal tilby banen, i den forstand at offentlig sektor tilbyr fotballbaner for amatører og skoler, mens private aktører tilbyr fotballbaner på toppnivå med store stadioner og som kan ekskludere amatører fra å konsumere godet.

Gitt at alle fotballbaner er private, og at man dermed må være medlem av klubben for å kunne ha tilgang til banene, vil dette bety at et individ som ønsker å spille fotball må bli med i klubben. For individet alene er det veldig vanskelig å kunne dekke kostnadene med en fotballbane, men som medlem av en fotballklubb blir kostnadene fordelt på alle medlemmene i klubben. Dermed blir dyre ting, som for eksempel fotballbaner eller golfbaner, tilgjengelig for de som ønsker, gitt at de bidrar til felleskassen med medlemskontingent. I virkeligheten er ofte fotballbaner offentlige, fordi de eies av kommunen, men i de tilfellene hvor det er private eiere av banene vil ekskludering være mulig.

## **5.2 Bør klubber tilbys offentlig eller privat?**

Klubber kan fungere som et kollektivt gode som ikke rivaliserer eller ekskluderer, men de vanligste formene for offentlige klubber er geografisk ekskluderende. Det vil si at alle som har norsk pass er med i klubben «Norge», eller alle som bor i et fylke, kommune eller by er medlemmer av henholdsvis «Vestland fylke», «Bergen kommune» eller «Bergen by». Her vil man ved hjelp av skatter og avgifter være med å betale kostnadene som klubbene har med å tilby goder og tjenester som for eksempel vann og avløp, bosstømming, gatelys, forsvar, veier, infrastruktur osv. I offentlige klubber er eksklusjon sjelden fordi de godene og tjenestene som klubben tilbyr er kollektive altså at de ikke er rivaliserende eller ekskluderende. Kommunale fotballbaner rasjonerer etter søknad og når noen ikke når frem med søknaden sin vil de bli ekskludert fra å bruke fotballbanen.



I private klubber vil man ha mulighet for å ekskludere ikke-medlemmer fra å konsumere godene og tjenestene som klubben tilbyr. Et klubb gode kan være alt fra kino, private parker eller for eksempel Netflix hvor man som medlem av klubben får tilgang til klubbens fasiliteter i bytte mot en medlemsavgift. Avgiften fører til at klubben effektivt kan ekskludere individer som ikke bidrar, eller rettere sagt så reduserer de gratispassasjerproblemet. Andre eksempler på private løsninger som reduserer gratispassasjerproblemet og samtidig dekker behov som det offentlige ikke kan dekke er blant annet Spotify eller Home Box Office (HBO).

Private ungdomsklubber og -lag, kan dekke aktivitetsbehov eller fritidstilbud som det offentlige ikke kan tilby. Klubber kan også bidra til å redusere sosiale ulikheter ved at i en klubb har hvert medlem i teorien lik rett og tilgang på klubbens fasiliteter. Altså vil ikke for eksempel inntekt eller bakgrunn ha noe å si for hvor mye av godet man får konsumert.

Vi kan se på Netflix som en privat løsning på filmindustriens problemer med ulovlig nedlasting av filmer og serier. Overvåking og oppfølging av ulovlig nedlasting er ressurskrevende, som medfører at myndighetene og politiet ofte ikke har insentiv eller evne til å følge opp dette. I mange klubber, som blant annet Netflix, er medlemsavgiften en avtale med bindingstid. Umiddelbar betaling av medlemsavgift vil kunne ekskludere enkelte fra å bli medlem. Samtidig vil bindingstid gjøre slik at klubbens utgifter blir mer oversiktlige, fordi man vet at «så mange medlemmer er medlem til og med denne datoen». Bindingstid kan også være negativt fordi den gjør at man blir låst til en klubb over en lengre periode. Netflix har i senere tid kommet med gruppe- eller familieløsninger, hvor flere brukere kan dele på medlemsavgiften, og har muligheten til å bruke abonnementet samtidig.

I Norge har vi selskaper som Foodora, Helthjem, Home On Time, Too Good To Go og Airbnb som alle er resultater av at entreprenører har sett muligheter for å redusere transaksjonskostnader.

Munger bruker et eksempel, hvor Uber har blitt videreutviklet, slik at man kan bestille verktøy som man har bruk for. I appen vil en bruker som ønsker å henge opp et bilde, men mangler verktøy til det, kunne bestille dette via appen slik at en Uber-sjåfør eller en selvkjørende bil plukker opp verktøyet fra et annet medlem i klubben, og leverer det i det Munger kaller en smartboks utenfor hjemmet til brukeren.

En slik klubb gjør at ting som man bruker en gang iblant kan bli brukt oftere. Dermed øker man bruksverdien av for eksempel verktøyet, når flere får brukt det i stedet for at det blir liggende lagret.

Det finnes allerede en lignende app i Bergen for deling av biler som heter Bildeleringen. Medlemmer i denne klubben kan leie moderne biler med høy sikkerhetsstandard som vanligvis er dyre for enkeltpersoner å eie. Klubbens fasiliteter inkluderer også parkeringsplasser i sentrum av Bergen. (Bildeleringen, 2018). Bildeleringen er en løsning som reduserer transaksjonskostnadene med å leie en bil. Dyre ting kan gjøres tilgjengelig for mange dersom flere går sammen i en delingsavtale som for eksempel en klubb.

Helthjem er en logistikkbedrift som leverer pakker, magasiner og aviser i Norge. Bedriften reduserer transaksjonskostnaden ved at man i stedet for å gå på postkontoret og sende pakken, legges den på avtalt sted til avtalt tid med en kode som blir generert i det kunden bestiller henting. I tillegg vil sender få en forsikring for pakken og kjøper vil få en forsikring for sitt kjøp. Koden inneholder senderes og mottakers adresse. Pakken blir hentet og sendt videre til mottaker. En slik løsning reduserer transaksjonskostnadene ved at tidskostnaden for å gå på postkontoret fjernes. Denne løsningen er ofte billigere enn pakker sendt med andre selskaper, og koden som pakken merkes med gjør at det enkelt å spore pakken ved hjelp av en applikasjon. (Helthjem, 2020).

## 6 Oppsummering

Transaksjonskostnader er kostnader knyttet til selve transaksjonen. Det kan være tiden det tar for å få solgt varen, tiden det tar for å finne en kjøper eller kostnaden selger har for å få varen sin på markedet. Det finnes i hovedsak tre typer transaksjonskostnader; lav, høy men reduserbar og høy og fast. Transaksjonskostnadene kombinert med nivå av overkapasitet viser oss hvilke goder som kan deles og hvilke som ikke kan deles. Godene som har høy, men fast transaksjonskostnad og samtidig høy overkapasitet, som for eksempel tannbørste, vil ikke gi mening å dele på. Goder som har høye transaksjonskostnader, men er reduserbare vil kunne deles dersom entreprenører utvikler plattformer som reduserer transaksjonskostnadene. Slike plattformer kan være for eksempel Uber eller Airbnb.

Klubbteorien som James Buchanan utviklet i sitt paper i 1965 tar for seg det sentrale spørsmålet; hvor mange medlemmer som er optimalt for den gitte klubbstørrelsen. Den optimale klubbstørrelsen kan variere i forhold til hvilket gode klubben tilbyr sine medlemmer. Godene er delt inn i fire; private, felles-, klubb- og kollektive goder. Nyttene medlemmene i klubbene får i konsum av de ulike godene, avhenger av hvordan godet tilbys og klubbens størrelse. Når en klubb ikke har restriksjoner eller mulighet for å ekskludere brukere, kan gratispassasjerproblemet oppstå. Private klubber kan benytte seg av eiendomsrettens naturlige eksklusjon for å unngå dette problemet.

Markeder og komplekse kontrakter som før ikke var mulig å få til, blir realisert ved privat styring, fordi den kan dekke behov som ikke offentlig styring har mulighet til. Jonathans Coffeeshouse i London på 1700-tallet er et eksempel på dette hvor de opprettet en privat klubb som gjorde det mulig å ekskludere bedragere. De førte en liste på en krittavle over kjente bedragere som de kalte «lame ducks». Et annet eksempel på en privat løsning hvor offentlig sektor sviktet, er San Francisco Patrol Special Police som løste problemet med de tilreisende gullgraverne under Gullrushet på 1800-tallet.

Siden myndighetene ikke har klart å møte ulike behov i samfunnet har private klubber, eller selskaper oppstått, som for eksempel Netflix, Spotify, Uber og Airbnb. Disse plattformene er relativt små (i forhold til kommuner, fylker, byer osv.), og tilbyr filmer, musikk, transport og leie av bolig mot en medlemsavgift eller engangsavgift. Fordelen til private aktører er at de ikke har samme restriksjoner som offentlige aktører, og vil raskt tilby goder som den offentlige sektoren ikke kan.

Fotballbaner er et gode som tilbys i hovedsak på to forskjellige måter; enten som en et privat gode eller som et kollektivt klubbgode. Når godet tilbys som et privat gode er det kun medlemmer av klubben som kan konsumere godet og resten blir ekskludert fra å nyte godet. Et kollektivt klubbgode er det kommunen eller fylkeskommunen som tilbyr, og da kan tilnærmet alle konsumere godet.

Det oppstår to spørsmål når man ser på godet fotballbane og hvem som bør tilby dette godet; hvem skal tilby det og hvem skal bruke det? Den vanligste måten i Norge i dag er at dette tilbys som et kollektivt klubbgode av enten kommunen eller fylkeskommunen. På denne måten vil flest mulig kunne konsumere godet og kostnadene blir fordelt på medlemmene av for eksempel klubben «Bergen kommune» eller «Vestland Fylke». Dersom fotballbaner skulle tilbys som et privat gode ville det resultert i at mange individer ville blitt ekskludert fra dette godet, og den samlede nytteverdien ville falt. Slikt sett vil det gi høyest samlet nytteverdi dersom godet tilbys som et kollektivt klubbgode.

## 7 Litteraturliste

BERGEN KOMMUNE. (2020) *Fotballbaner i Bergen kommune* [Internett]. [www.bergen.kommune.no](http://www.bergen.kommune.no): Bergen kommune. Tilgjengelig fra: <https://www.bergen.kommune.no/innbyggerhjelpen/kultur-idrett-og-fritid/idrett/idrettsanlegg/fotballbaner-i-bergen-kommune> [Hentet 02.11.2020].

BILDELERINGEN. (2020) *Om Bildeleringen* [Internett]. [www.bildeleringen.no](http://www.bildeleringen.no): Bildeleringen. Tilgjengelig fra: <https://bildeleringen.no/om-bilkollektivet-norges-storste-bilpool/> [Hentet 19.04.2020].

BUCHANAN, J. (1965) *An Economic Theory of Clubs*. *Economica*, New Series volume 32, number 125.

CARLSSON, Y. (2002) *Utviklingsprogram for styrking av oppvekstmiljøet*. Notat 2002:125. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR).

ECONTALK. (2018) *Michael Munger on Sharing, Transaction Costs, and Tomorrow 3.0*. [Podcast] Tilgjengelig fra: <https://open.spotify.com/episode/5x3g4ASaOGIVQ79WGZiGwr?si=ehGGSJjYQsO3F6EdM MgU6Q> [Hentet 15.03.2020].

FORBES. (2019) *It's Not Just Uber, California Bill Could Transform Tricky Tax And Legal Rules On Independent Contractors*. [Internett] Tilgjengelig fra: <https://www.forbes.com/sites/robertwood/2019/09/12/its-not-just-uber-ca-bill-could-transform-tricky-tax--legal-rules-on-independent-contractors/> [Hentet 29.10.20].

HEALTHJEM. (2020) *Om oss* [Internett]. [www.helthjem.no](http://www.helthjem.no): Helthjem. Tilgjengelig fra: <https://helthjem.no/om-oss> [Hentet 19.04.2020].

Forskrift om offentlige anskaffelser. *Forskrift om offentlige anskaffelser*.

MIDOLO, E. (2017) *Who owns Premier League stadiums?* [Internett]. [www.propertyweek.com](http://www.propertyweek.com): Property Week. Tilgjengelig fra:

<https://www.propertyweek.com/news-analysis/who-owns-premier-league-stadiums/5090883.article> [Hentet 11.11.20].

MUNGER, M.C. (2018) *Tomorrow 3.0 Transaction Costs and The Sharing Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.

RICARDO, D. (2001) *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Ontario: Batoche Books. Først publisert i 1817.

SEARS. 2012. *The Sears Catalog* [Internett]. [www.searsarchives.com](http://www.searsarchives.com): Sears. Tilgjengelig fra: <http://www.searsarchives.com/catalogs/> [Hentet 12.03.2020].

SMITH, A. (1981) *An Inquiry Into the Nature and Causes of Wealth of Nations*. Indianapolis: Liberty Fund. Først publisert i 1776.

STORE NORSKE LEKSIKON. (2014) *Sentralisme* [Internett]. [www.snl.no](http://www.snl.no): Store Norske Leksikon. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/sentralisme> [Hentet 02.06.2020].

STRINGHAM, E.P. (2015a) *Private Governance*. New York: Oxford University Press.

STRINGHAM, E.P (2015b) *How Private Governance Made the Modern World Possible*. Tilgjengelig fra: <https://www.cato-unbound.org/2015/10/05/edward-peter-stringham/how-private-governance-made-modern-world-possible> [Hentet 29.01.2020].

STRINGHAM, E.P. (2002) *The Emergence of the London Stock Exchange as a Self-Policing Club*. *Journal of Private Enterprise* volume 2.