

VU Research Portal

The Amazon business model, the platform economy and executive compensation: Three essays in search theory

Hu, B.

2019

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Hu, B. (2019). *The Amazon business model, the platform economy and executive compensation: Three essays in search theory*. [PhD-Thesis - Research and graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam].

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Samenvatting (Summary in Dutch)

Dit proefschrift bestaat uit drie studies naar onderwerpen op de gebieden van bemiddeling en bestuurdersbeloningen, allen beschouwd door een zoekfrictiebril. De studies benadrukken de kracht van zoekfricties in het verklaren van verschijnselen in de echte wereld. Deze samenvatting biedt een overzicht van de geadresseerde onderzoeksvragen, de methodologieën gebruikt om deze onderzoeksvragen te beantwoorden, en de conclusies van dit onderzoek.

Hoofdstuk 2 ontwikkelt een model om twee veelgebruikte vormen van bemiddeling te leren begrijpen: de tussenpersoonwijze en de marktmaker- (of platform)wijze. Bij de tussenpersoonwijze is de bemiddelaar gespecialiseerd in het zelf kopen en verkopen en maakt deze veelal gebruik van voorraden (bijv. handelaren in financiële en staalmarkten). Bij de marktmakerwijze biedt de bemiddelaar tegen betaling een plaats op de markt aan, waarbij de deelnemende kopers en verkopers kunnen zoeken en met elkaar kunnen handelen (bijv. eBay, makelaars en handelaren op financiële markten). Door zoekfricties heeft de bemiddelaar te maken met een uitruil tussen een groter transactievolume bij het als tussenpersoon optreden en een hogere prijs/honorarium per item bij het als marktmaker optreden. Deze uitruil bepaalt de optimale bemiddelingswijze, en uiteindelijk kan een mengsel van de tussenpersoon- en marktmakerwijze, zoals Amazon die toepast, optimaal zijn in het evenwicht. Dit geldt voor verschillende marktomgevingen, inclusief een economie zonder producenten en een markt met niet-lineaire matching functies. De theoretische voorspellingen worden ondersteund door empirische testresultaten gebaseerd op data van Amazon en eBay.

Hoofdstuk 3 draagt bij aan een beter begrip van de concurrentie tussen e-commerce reuzen. We breiden het model van hoofdstuk 2 uit naar een Bertrand concurrentiespel tussen een gevestigde bemiddelaar welke de tussenpersoon- en marktmakerswijze kan

4.C. ESTIMATION

mengen, en een toetredende bemiddelaar welke wordt beperkt tot het zijn van een marktmaker. Ontmoetingstechnologieën voor beide bemiddelaars zijn blootgesteld aan zoekfricties. We vinden dat de toetredende de keuze heeft tussen het zijn van een secundaire aanbieder (voor bemiddelingsdiensten) met een hoge prijs/honorarium per item en het zijn van de primaire aanbieder door de gevestigde partij te onderbieden. Ondanks deze strategische complicatie laten we zien dat de intuïtie uit hoofdstuk 2 overeind blijft in een duopolie. In het bijzonder bestaat er, voor een redelijke set van parameters, een evenwicht in pure strategieën waarbij een gevestigde bemiddelaar marktmaker is. Verder is de kans dat de gevestigde bemiddelaar zijn marktmakerwijze activeert positief in het evenwicht in gemengde strategieën.

Hoofdstuk 4 schat de invloed van baanladders op beloningscontracten van bestuurders. In het theoretische model krijgt een bestuurder aanbiedingen van andere bedrijven terwijl een dynamisch beloningscontract de strijd met het moral hazard probleem binnen het bedrijf en concurrentie van de externe arbeidsmarkt aangaat. Ik laat zien dat concurrentie om bestuurders leidt tot een stijging van de totale beloning, en dat het een nieuwe bron van prikkels genereert, genoemd arbeidsmarktprikkels, welke resultaatgerichte prikkels in bonussen, aandelen, opties, etcetera, vervangen. Het model is geschat met behulp van een nieuw geconstrueerde dataset voor baanwisselingen van bestuurders van Amerikaanse beursgenoteerde bedrijven. Simulaties gebaseerd op structurele schattingen laten zien dat het model het verbazingwekkende feit dat bestuurders van grotere bedrijven grotere beloningsgroei doormaken en een hogere resultaatgerichte beloning ontvangen, kan verklaren en repliceren.