

Er verditaksten til å stole på?

En analyse av takstmannens økonomiske relasjon til eiendomsmegler

av

Kristian Gulli Larsen

Veileder: Professor Guttorm Schjelderup

Utredning i fordypnings-/spesialfagsområdet: Økonomisk analyse (ECA)

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Denne utredningen er gjennomført som et ledd i siviløkonomutdanningen ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at høyskolen innestår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Denne utredningen gjør bruk av økonomisk teori for å undersøke om takstmenn kan forventes å avgi nøytrale og korrekte verditakster. Den tar utgangspunkt i en analyse av eiendomsmegleres etterspørsel etter takseringstjenester, der det argumenteres for at disse vil ønske relativt høye verditakster. Videre modelleres konkurransesituasjonen i markedet for takseringstjenester. Denne konkurransen fører til at eiendomsmeglerne, som takstmannens viktigste kunde, får tilbud om nøyaktig den type takst de ønsker. Dermed konkluderer utredningen med at en verditakst, avgitt med den hensikt å fremskaffe informasjon om en bolig som skal selges, ikke kan forventes å være en nøytral verdsettelse.

Forord

Taksering av bolig er noe de fleste av oss før eller siden får befatning med, ofte gjennom kjøp eller salg av egen bolig. Jeg fattet selv interesse for takstmannens virksomhet etter å ha benyttet en takstmann i forbindelse med boligsalg, og ble nysgjerrig på om hans vurderinger kunne forventes å være objektive.

Problemstillingen i denne utredningen har endret seg noe underveis. Jeg startet dette arbeidet med et ønske om å finne ut hvordan ordningen med bruk av takstmann i det norske boligmarkedet kunne tenkes å påvirke boligprisene. Utredningen, slik den nå foreligger, avdekker ikke om det finnes en slik sammenheng mellom takstmannen og boligprisene, men konkluderer med at takstmannen neppe er noen objektiv aktør i en bolighandel.

Det viktigste jeg har erfart i arbeidet med denne utredningen er at det å modellere markeder og økonomiske sammenhenger er svært utfordrende. Modeller som tilsynelatende har passet godt har blitt forkastet på grunn av brudd på forutsetningene eller av andre årsaker. Men arbeidet har også vært interessant, og det har vært svært givende å jobbe så mye med ett og samme tema.

Jeg takker veileder Guttorm Schjelderup for hans engasjement for problemstillingen jeg valgte samt for verdifulle innspill underveis i arbeidet med utredningen. Samtidig vil jeg takke Grete Høyum ved Eiendomsakademiet for god hjelp med innsamling av informasjon om takseringsbransjen.

Bergen, juni 2006

Kristian Gulli Larsen

Innholdsfortegnelse

	SIDE
1. Innledning	6
1.1 Bakgrunn og problemstilling	6
1.2 Noen avgrensninger	7
1.3 Disposisjon	8
2. Teoretisk rammeverk og metode	9
2.1 Teoretisk rammeverk	9
2.1.1 En modell for fri konkurranse	9
2.1.2 Priskonkurranse i oligopol: Bertrandmodellen	11
2.1.3 Bertrandmodellen med differensierte produkter	12
2.2 Kvalitet, informasjon og dynamisk konkurranse	15
2.2.1 Tre typer produkter	15
2.2.2 Verdien av fremtidig salg: En disiplinerende mekanisme	15
2.3 Hvordan velge modell?	17
2.4 Lønnsomhet og kunders forhandlingsmakt	18
2.5 Metode og kildebruk	19
3. Institusjonelle forhold	22
3.1 Taksering	22
3.1.1 Hva er en takst?	22
3.1.2 Takseringsgrunnlag og -metoder	23
3.1.3 Skjønn	24
3.1.4 Noen begreper	25
3.1.5 Krav til takstmannen	26
3.1.6 Takstmannens juridiske ansvar	27
3.1.7 Markedet for takseringstjenester	28
3.1.8 Oppsummert om taksering	30
3.2 Eiendomsmegling	31
3.2.1 Hva gjør en eiendomsmegler?	31
3.2.2 Eiendomsmegleren som mellommann	31
3.2.3 Eiendomsmeglerens juridiske ansvar	32
3.2.4 Markedet for eiendomsmevlertjenester	32
3.3 Forholdet mellom eiendomsmegler og takstmann	34

	SIDE
4. Eiendomsmeplers ønske om høy verditakst	37
4.1 Meglers profittfunksjon	38
4.2 Verditakst og meplers profitt	40
4.2.1 Verditakst og omsatt kvantum av megleroppdrag	40
4.2.2 Verditakst og meplers kostnad per megleroppdrag	42
4.2.3 Verditakst og inntekt per megleroppdrag	42
4.2.4 Tilbake til meplers profittfunksjon	44
4.3 Konkurransen om å selge boliger	45
4.4 Konkurransen om megleroppdrag	48
4.4.1 Valg av modell	49
4.4.2 Meglers tilpasning	50
4.5 Oppsummert om meplers preferanser	50
5. Konkurransen gir høye verditakster	51
5.1 Konkurransen i markedet for takseringstjenester	51
5.1.1 Takstmannens profittfunksjon	52
5.1.2 Valg av modell	52
5.1.3 Takstmannens tilpasning	53
5.2 Maktforholdet mellom megler og takstmann	55
5.3 Dynamisk konkurranse i markedet for takseringstjenester	56
5.3.1 Kostnader ved å sette høy verditakst	56
5.3.2 Tilbake til eiendomsmeplers preferanser	57
5.3.3 Gjengkjøp gjør takstmannens rykte viktig	58
5.4 Oppsummert om konkurransen mellom takstmenn	60
6. Konklusjon og noen implikasjoner	61
6.1 Konklusjon	61
6.2 Implikasjoner	62
6.2.1 Generelt	62
6.2.2 Hva kan gjøres?	63
6.3 Videre studier	64
Appendiks	66
Referanser	67
Vedlegg: Skjema, Norges Takseringsforbund.	70

1. Innledning

”Det at takstmannen er objektiv gjør at han er ytterst nødvendig i ulike sammenhenger som ved kjøp og salg av fast eiendom (...)”

(www.nito.no)

1.1 Bakgrunn og problemstilling

Sitatet ovenfor er hentet fra internettsidene til NITO Takst, en av to fagorganisasjoner i takseringsbransjen. Oppfatningen av takstmannen som en objektiv aktør i boligmarkedet har blitt utfordret de siste årene, spesielt i media. Titler i pressen som ”Takstmannen lyver”¹, ”Ikke stol på taksten”² og ”Kaos i takstbransjen”³ illustrerer at takstmannen og takseringsbransjen har kommet under kritikk på flere områder. Et av de mest omtalte og kritiserte forholdene har vært koblingen mellom takstmannen og eiendomsmegler, og uttalelser blant annet fra Kredittilsynet⁴ og takseringsbransjen selv understreker dette:

”Bindingene mellom takstmenn og meglere er for mange og truer takstmannens rolle som uavhengig og objektiv aktør”.

(Kai-Haftor Olsen, daglig leder i NITO Takst)⁵

Til tross for denne relativt store oppmerksomheten omkring dette temaet har jeg fortsatt til gode å se analyser eller vitenskapelige utredninger som sikter mot å styrke eller svekke påstanden om takstmannens objektivitet, eller mangel på sådan. Denne utredningen tar mål av seg å gjøre nettopp det, og problemstillingen lyder som følger:

Medfører takstmannens økonomiske relasjon til eiendomsmegler at verditaksen ikke kan forventes å være en nøytral og korrekt verdsettelse?

For å svare på dette tar jeg utgangspunkt i takstmannens interesser som økonomisk aktør, og analyserer disse ved hjelp av mikroøkonomisk teori. Nærmere bestemt ser jeg på markedet for

¹ <http://www.dinside.no>

² <http://www.aftenposten.no>

³ <http://www.dagbladet.no/>

⁴ <http://www.aftenposten.no>

⁵ Samme som note 3

takseringstjenester, der takstmenn er tilbydere og eiendomsmeglere er konsumenter. Den økonomiske relasjonen er dermed den mellom kunde og leverandør.

Problemstillingen jeg tar opp er interessant av flere årsaker. For det første er bolighandel noe som angår de aller fleste av oss, og investering i egen bolig er for mange den største enkeltinvesteringen i livet. Det betyr at det er i allmenn interesse at takstmannen bidrar med riktig informasjon. For det andre er prisen på boliger en viktig makroøkonomisk størrelse. Forbindelsen mellom boligprisvekst og kredittutvikling, forbruk og andre sentrale økonomiske forhold gjør at prisforstyrrelser i boligmarkedet kan få omfattende makroøkonomiske konsekvenser.

1.2 Noen avgrensinger

For å kunne holde meg innenfor de rammene som er satt for dette utredningsarbeidet har det vært nødvendig å gjøre noen avgrensninger. For det første har jeg valgt å kun se på verditakster som avgis i den hensikt å fremskaffe informasjon om boliger som skal omsettes i det private boligmarkedet. Dette var nødvendig for å isolere de tilfeller der selger har et ønske om å oppnå høyest mulig pris på boligen. Man kan tenke seg enkelte tilfeller, for eksempel eiendomsoverdragelser i forbindelse med arveoppgjør, der høy pris ikke nødvendigvis er selgers eneste mål. For det andre dreier denne utredningen seg kun om de takster som innhentes av en eiendomsmegler, som på vegne av en selger har fått i oppdrag å omsette en bolig i markedet. Som jeg skal vise i kapittel 4 og 5 er det et poeng at det vanligvis er megler, og ikke selger, som henter inn verditaksten. Selv om det fremgår av både tittel og problemstilling er det også viktig å påpeke at jeg kun ser på produktet *verditakst*. Det finnes nemlig en rekke andre takstprodukter der takstmannens forhold til oppdragsgiver er av en annen natur. Jeg kommer tilbake til verditakstbegrepet i kapittel 3.

Konsekvensen av disse avgrensningene er at konklusjonene jeg kommer til i kapittel 6 kun vil gjelde for den type takster beskrevet her, og ingen andre. Takster som passer denne beskrivelsen later imidlertid til å være de absolutt mest vanlige (BTU pkt 6.3.4 og NEA 5 2005, 6).⁶

⁶ Referansene er forkortelser for henholdsvis Boligtakstutvalgets rapport og Norsk Eiendomsakademi. Disse kildene blir beskrevet nærmere kapittel 3.

1.3 Disposisjon

Denne utredningen er strukturert på følgende måte: Kapittel 2 gir en innføring i den teori og de modeller jeg har benyttet i arbeidet med problemstillingen. I tillegg inneholder det en kortfattet beskrivelse av mitt valg av fremgangsmåte. Videre gir kapittel 3 en innføring i relevante institusjonelle forhold i takserings- og eiendomsmeglerbransjen. Kapittel 4 og 5 er utredningens analysekapitler. Disse tar for seg henholdsvis hva slags verditakster eiendomsmegler helst vil ha og hvilken betydning konkurransen mellom takstmenn om har for fastsettelsen av takstverdi. Kapittel 6 konkluderer analysen fra de foregående kapitlene og ser kort på noen mulige implikasjoner.

2. Teoretisk rammeverk og metode

I dette kapittelet gjør jeg rede for den teori og de modeller som jeg benytter i analysen i denne utredningen. Jeg gjør også kort rede for fremgangsmåten jeg har brukt for å svare på problemstillingen som ble skissert i innledningen.

2.1 Teoretisk rammeverk

Majoriteten av de modeller og teorier jeg ser på her omhandler konkurransen mellom bedrifter som har som mål å maksimere profitt. Jeg tar først for meg to modeller for konkurranse i markeder med homogene produkter; en modell for fri konkurranse og en for priskonkurranse i oligopol. Den siste av disse utvides også til å omfatte konkurranse med differensierte produkter. Videre ser jeg på noen problemer knyttet til produkter der det er vanskelig for konsumenten å observere kvaliteten på produktet før det er konsumert. Slike problemer kan løses ved at bedrifter opparbeider seg et rykte. Jeg gir til slutt en kortfattet innføring i deler av Porter (1980) sitt rammeverk for å analysere maktfordelingen mellom bedriften og aktører i dens omgivelser. Teorien og modellene er i all hovedsak hentet fra Pindyck og Rubinfeld (2001), Sørgard (1997), Tirole (2003) og Besanko m.fl. (2004).

Mye av dette kapittelet bygger på spillteori. Jeg gjennomgår ikke slik teori i denne utredningen, men vil likevel referere hyppig til spillteoretiske begreper. For en innføring i relevant spillteori viser jeg til Sørgard (1997).

2.1.1 En modell for fri konkurranse

I denne enkle modellen for fri konkurranse antas alle bedriftens innsatsfaktorer, og dermed kostnader, å være variable på kort sikt.⁷ Det betyr at de kan endres umiddelbart. Pindyck og Rubinfeld (2001, 252-253) nevner tre forutsetninger som må være oppfylt for at det skal være fri konkurranse i et marked:

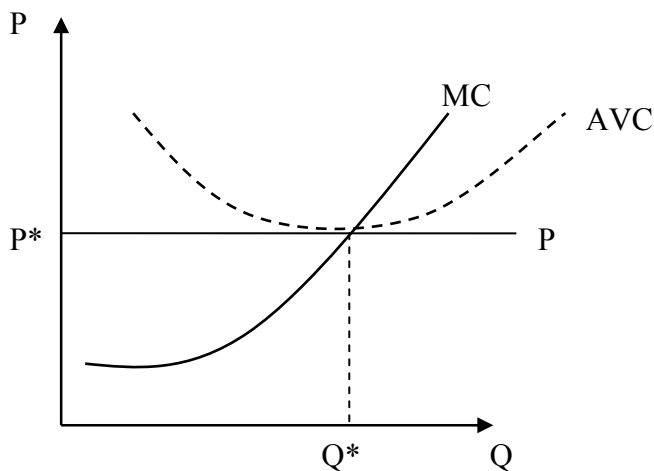
1. Bedriftene er *pristakere*: Dette innebærer at bedriftene som konkurrer ikke har noen innflytelse over prisen som tas for varen de selger i markedet. Bedrifter må ta markedsprisen for gitt siden det er så mange tilbydere at den enkelte bedrifts eget kvantum ikke er stort nok til å ha innvirkning på markedsprisen. Bedriftene har ingen markedsrett.

⁷ I markeder der deler av bedriftenes kostnader er faste og ikke mulig å endre umiddelbart må man skille mellom likevekter på kort sikt. (Pindyck og Rubinfeld, 2001, kapittel 8).

2. Bedriftene tilbyr *homogene produkter*: Alle bedriftenes produkter er perfekte substitutter. Dette betyr at ingen bedrift kan heve prisen over markedspris uten at den mister alt sitt salg.
3. Det eksisterer *ingen inngangs- eller utgangsbarrierer*: Det er ingen spesielle kostnader for bedrifter knyttet til å gå inn i eller ut av et marked. Dette bidrar til å holde konkurransenivået høyt, siden det alltid vil være bedrifter klare til å entre markedet hvis det byr seg profittmuligheter.

Figur 2.1 viser bedriftens tilpasning i et marked med fri konkurranse. I figuren er marginalkostnaden gitt ved MC, gjennomsnittlige variable kostnader per enhet er gitt ved AVC, markedsprisen gitt ved P og kvantum ved Q. Når bedriften står overfor en gitt markedspris blir denne lik den marginale inntekten.

Figur 2.1: Bedriftens tilpasning under fri konkurranse



Formelt uttrykkes bedriftens profitt med følgende funksjon:

$$\pi = PQ - C(Q) \quad (2.1)$$

Optimal tilpasning er gitt ved førsteordensbetingelsen til 2.1:

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q} = P - \underbrace{C'(Q)}_{MC} = 0 \Rightarrow P = MC \quad (2.2)$$

Uten inngangsbarrierer i dette markedet vil bedrifter som er i stand til å tjene profitt entre markedet og konkurrere ut bedrifter med høyere kostnader. Dette vil få den aggregerte tilbudskurven til å skifte utover, slik at markedsprisen faller og de ineffektive bedriftene forsvinner fra markedet (ibid, 273). Profitten blir derfor lik null for bedrifter i markeder som kan beskrives med denne modellen.

2.1.2 Priskonkurransen i oligopol: Bertrandmodellen

Få markeder kan imidlertid beskrives som markeder med fri konkurranse. Pindyck og Rubinfeld (2001, 424) definerer oligopol slik:

”Et marked hvor kun noen få bedrifter konkurrerer med hverandre og hvor etablering av nye bedrifter er hindret”.

Den såkalte *Bertrandmodellen* kan brukes for å analysere bedrifters tilpasning i oligopol, og Sørgard (1997, 57-64) gir en innføring i denne. Den viktigste forskjellen fra modellen med fri konkurranse er at bedriftene i Bertrandmodellen er gjensidig avhengige. Det betyr at bedriften ikke tar omgivelsene for gitt, men tar hensyn til hvordan rivalen vil tilpasse seg når den velger egen strategi.

I modellen ser man for seg to identiske bedrifter, med konstant grensekostnad c , som konkurrerer i priser. Bedriftene setter pris simultant, tilbyr homogene produkter, har ingen faste kostnader og møtes i markedet én gang (i.e. en statisk modell). Den totale etterspørselen i markedet er gitt ved $D(P_i)$, og P_i er prisen bedrift 1 og 2 tar, der $i = 1, 2$. Hvis man forutsetter at bedriftene deler markedet likt hvis de tar samme pris og samtidig at begge hver for seg har kapasitet til å dekke hele markedet (i.e. ingen kapasitetsbegrensinger), vil begge bedriftene ta pris lik grensekostnad. Tirole (2003, 210) forklarer dette utfallet. Tar den ene bedriften en høyere pris enn den andre

$$p_1 > p_2 > c \quad (2.3)$$

vil ikke bedrift 1 ha noen etterspørsel, og det vil være rasjonelt å prise marginalt under bedrift 2. Den vil ønske å underprise så lite som mulig slik at differansen mellom pris og marginalkostnad blir så stor som mulig:

$$p_1 = p_2 - \varepsilon \quad (2.4)$$

Her er ε et svært lite tall. Hvis begge bedriftene tar lik pris over marginalkostnad vil det fortsatt være insentiver for dem til å sette ned prisen på samme måte, siden man da kan betjene hele heller enn halve markedet. Ingen vil imidlertid ta lavere pris enn c , siden man da får negativ profitt, og begge vil derfor sette pris lik den konstante marginalkostnaden. At man i en situasjon med bare to konkurrenter får det samme utfallet som under fullkommen konkurranse kalles Bertrandparadokset (Ibid). Profitten er gitt ved

$$\pi_i = \begin{cases} (P_1 - c)D(P_1) & \text{hvis } P_1 < P_2 \\ \frac{(P_1 - c)D(P_1)}{2} & \text{hvis } P_1 = P_2 \\ 0 & \text{hvis } P_1 > P_2 \end{cases} \quad \text{der } i, j = 1, 2 \text{ og } i \neq j \quad (2.5)$$

Tilpasningen $P_1 = P_2 = c$ er en Nash-likevekt siden ingen av bedriftene da vil ønske å endre sitt valg av pris etter å ha observert rivalens pris (Sørgard 1997, 59).⁸

2.1.3 Bertrandmodellen med differensierte produkter

Sørgard (1997, 61-64) ser også på en Bertrandmodell med horisontalt differensierte produkter. I et *horisontalt differensiert* produktlandskap er det noen konsumenter som vil foretrekke det ene produktet fremfor det andre dersom prisen er lik (ibid). Når to bedrifter står overfor slik heterogen etterspørsel og tilbyr differensierte produkter kan bedrift i sitt etterspurte kvantum gis ved

$$D(P_i) = Q_i = A - bP_i + kP_j \quad \text{der } 0 < k < b, i, j = 1, 2 \text{ og } i \neq j \quad (2.6)$$

Parameterne k og b viser at bedriftens egen pris har større innvirkning på etterspørselen enn konkurrentens pris. Profitten er gitt ved

⁸ Fjernes noen av forutsetningene som ligger til grunn for denne modellen vil imidlertid tilpasningen kunne bli annerledes. Sørgard (1997, 61) nevner tre måter å unngå Bertrandparadokset på: Innføring av kapasitetsbegrensinger, la bedriftene møtes i markedet gjentatte ganger og differensierte produkter.

$$\pi_i = (P_i - c_i)D(P_i) = (P_i - c_i)(A - bP_i + kP_j) \quad (2.7)$$

Førsteordensbetingelsen er gitt ved (2.7), og siden bedriften er profittmaksimerende vil den velge en pris som gir grenseprofitt lik 0:

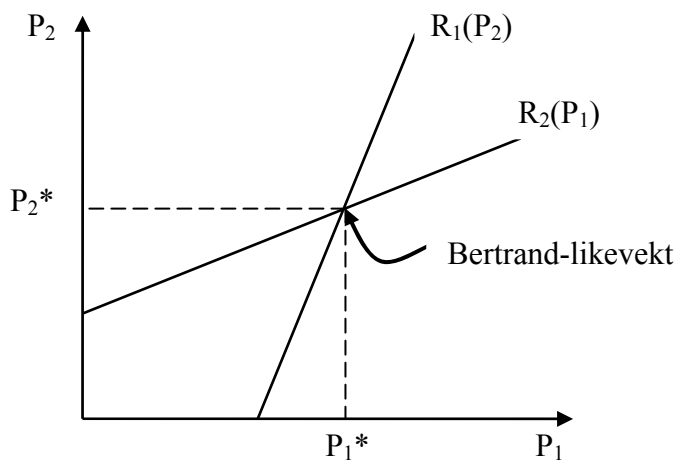
$$\frac{\partial \pi}{\partial P_i} = A + kP_j + bc_i - 2bP_i = 0 \quad (2.8)$$

Løst med hensyn på prisen har man bedrift i sin reaksjonsfunksjon med hensyn på rivalens valg av pris:

$$P_i = \frac{A + kP_j + bc_i}{2b} \equiv R_i(P_j) \quad (2.9)$$

Siden rivalens pris har positivt fortegn har reaksjonskurvene i figur 2.2 positiv helning, og Bertrand-likevekten (P_1^* , P_2^*) er gitt ved krysningpunktet mellom de to reaksjonskurvene. Handlingsvariablene er strategiske komplimenter. Likevektsprisene kan finnes algebraisk ved å sette reaksjonsfunksjonene til de to bedriftene inn i hverandre og løse med hensyn på bedriftens pris.

Figur 2.2 Bertrand-likevekt med differensierte produkter



I motsetning til Bertrandmodellen med homogene produkter vil det i denne modellen være mulig for bedriftene å ta en pris høyere enn grensekostnad og dermed tjene profitt. Årsaken til det er at noen konsumenter er villig til å betale noe mer for det ene produktet enn for det andre.

I kapittel 4 vil jeg utvide denne modellen ytterligere. Jeg tillater da at de to bedriftene kan foreta et strategisk valg før de konkurrer i priser, som kan påvirke egen reaksjonsfunksjon. Dette er teori som langt på vei er analog med teori for strategiske bindinger (Sørgard, 1997, 132-138), men her forutsettes begge bedriftene å være i markedet, samt at de simultant velger verdi på den strategiske variabelen før de konkurrerer som i Bertrandmodellen over. Hvis man antar at det tar leger tid å gjennomføre den strategiske tilpasningen enn å sette priser blir dette et spill med følgende to trinn. Figur 2.3 illustrerer dette.

Figur 2.3: En modell med konkurranse i to trinn



Bedriftene vil se fremover i tid og ta hensyn til den etterfølgende priskonkurransen når de tar sine strategiske valg på trinn 1. Et slikt spill løses derfor med baklengs induksjon.

Hvis verdien på den strategiske variabelen, for eksempel en FoU-investering i reduserte marginalkostnader, er gitt ved K , og bedriftenes handlingsvariabler på trinn 2 (i.e. priser) er gitt ved X_i og X_j , vil bedrift i sin profitt i en slik modell være gitt ved

$$\pi_i = (K, X_i(K_i), X_j(K_i)) \quad (2.10)$$

Her ser man at begge bedrifters reaksjonsfunksjoner avhenger av bedrift i sitt strategiske valg. Optimal tilpasning på trinn 1 er avhengig av hvordan valg av verdi på K påvirker egen profitt, både direkte og gjennom hvordan rivalen vil reagere. Tilpasningen finnes ved å totalderivere

likning (2.10). I kapittel 4 viser jeg den tekniske fremgangsmåten, og ser derfor ingen grunn til å gjøre det samme også her.

2.2 Kvalitet, informasjon og dynamisk konkurranse

I dette avsnittet ser jeg på hvordan det kan lønne seg for bedrifter som tilbyr tjenester å opparbeide seg et rykte for å tilby god kvalitet. Det betyr at det åpnes for at bedrifter kan møte hverandre i markedet gjentatte ganger.

2.2.1 Tre typer produkter

Noen produkter er det lettere å bestemme kvaliteten på enn andre. Tirole (2003, 106) skiller mellom tre typer goder etter hvor enkelt eller vanskelig det er for en konsument å fastslå kvaliteten på dem. *Search goods* er varer som konsumenten kan søke etter fordi kvaliteten er kjent før varen kjøpes og *experience goods* er varer som man ikke kan observere kvaliteten på før etter kjøpet er gjennomført. Den siste varetypen, *credence goods* er det vanskelig å slå fast kvaliteten på selv etter at varen er konsumert. Eksempler på varer i de ulike gruppene er henholdsvis kjøp av utenlandsk valuta (kursen er kjent), mat på restaurant (man får først smake etter at maten er bestilt) og flourinnholdet i tannpasta, med mindre det er opplyst på tuben (ibid). De aller fleste tjenester hører hjemme i den andre av de tre produktkategoriene, *experience goods*. Jeg kaller tjenester et *erfaringsprodukt*.

2.2.2 Verdien av fremtidig salg: En disiplinierende mekanisme

Weigelt og Camerer (1988) ser på verdien av å ha et godt rykte for bedrifter som produserer *experience goods*, herunder tjenesteytende sektor. De bruker blant annet revisjons- og finansnæringen som eksempler på at tjenesteleverandører kan opparbeide seg et rykte for å tilby tjenester av høy kvalitet, og på den måten begrense de negative konsekvensene av at kjøper ikke er informert om kvaliteten. Tirole (2003, 122-123) formaliserer en slik problemstilling ved å ta utgangspunkt i en forenklet versjon av den såkalte Klein-Leffler-Shapiro-modellen.⁹ Jeg skal ikke gjengi denne modellen her, men kun ta med følgende sentrale innsikt: Hvis konsumenter tror produsenter bryr seg om sitt rykte, eksempelvis for god kvalitet, kan produsenter komme til å tilpasse seg etter dette.

Jeg ser her for meg en situasjon tilsvarende den statiske Bertrandmodellen med homogene produkter fra avsnitt 2.1.2. Forskjellen er at bedriftene nå kan tilby høy eller lav kvalitet,

⁹ Denne baserer seg på en monopolsituasjon.

henholdsvis S^H og S^L , og kostnaden ved å tilby disse to kvalitetene er den samme.¹⁰ I tillegg er produktene erfaringsprodukter. Så lenge $P_1 = P_2$, som i den statiske likevekten, vil alle konsumentene i periode t velge å kjøpe tjenester av den produsenten som i periode $t - 1$ ga høy kvalitet. Hvis bedriftene ga lik kvalitet i $t - 1$ vil de dele markedet likt. Det er dermed profitt å hente for bedrifter som har rykte for å tilby god kvalitet.

Når bedriftene møtes i markedet vil det være tre ulike payoff-alternativer. Disse er gjengitt i payoff-matrisen under (figur 2.4). Hvis begge setter lik kvalitet og lik pris er payoff lik B for begge. Like priser men ulik kvalitet gir payoff lik A til bedriften som produserer høy kvalitet og C til bedriften med lav kvalitet. Dermed har vi $A > B > C$. Lav kvalitet i første periode vil gi profitt i denne perioden, men ingen profitt i etterfølgende perioder.

Figur 2.4: Payoff i et dynamisk spill med to kvalitetsvalg der kvalitet er kostnadsfritt

		Bedrift 1	
		S^H	S^L
Bedrift 2	S^H	(B, B)	(C, A)
	S^L	(A, C)	(B, B)

Her er det en Nash-likevekt når begge bedrifter tilbyr høy kvalitet. Resultatet kan virke banalt, siden jeg har forutsatt at høy og lav tjenestekvalitet har samme kostnad. Likevel er dette resonnementet nødvendig for å vise at det er irrasjonelt å sette lav kvalitet. Uten rykteeffekten ville det ikke spilt noen rolle for bedriftene om de ga høy eller lav kvalitet.

Antagelsen om at prisene er like, som i den statiske likevekten, er ikke urimelig gitt utfallet av dette dynamiske spillet, for når begge ser at det er rasjonelt å sette høy kvalitet vil man i realiteten fortsatt ha homogene produkter. En forskjell fra det statiske tilfellet vil imidlertid være at det åpner seg muligheter for stilltiende prissamarbeid mellom bedriftene. (Tirole

¹⁰ Dette er i mange tilfeller en urealistisk forutsetning, men den er hensiktsmessig for å analysere markedet for takseringstjenester i kapittel 5.

2003, 245) Men siden kvalitet er kostnadsfritt vil ikke slikt samarbeid endre konklusjonene over. Det vil riktignok bli profittmuligheter hvis bedriftene lykkes med slikt samarbeid.

Slike rykteeffekter vil også kunne skape inngangsbarrierer i næringer som produserer erfaringsprodukter. Det kan bli kostbart for en aktør uten noe rykte blant konsumentene å skulle komme seg inn i markedet, siden det vil kreve at denne kompenserer konsumentenes manglende informasjon om kvalitet med lavere pris. I næringer der markedsprisen er lik marginalkostnad må inntrengere budsjettere med en periode med negativ profitt. En slik inngangsbarriere i form av en investering i negativ profitt kan videre øke profittmulighetene.

En tilsvarende situasjon i et tilfelle med fri konkurranse kan ventes å ha liknende konsekvenser. Bedrifter som ikke tilbyr høy kvalitet vil umiddelbart bli valgt bort og forsvinne ut av markedet. Man kan imidlertid stille spørsmålstegn ved om det i det hele tatt er en reell problemstilling, siden rykteeffekten vil skape inngangsbarrierer. Markeder med fri konkurranse er, som forklart, uten inngangsbarrierer.

Denne rykte-modellen er i utgangspunktet kun relevant i markeder der gjenkjøp er normen. I markeder der konsumenter kjøper produktet bare én gang har ikke denne type rykte noen informasjonsverdi. Inkluderes muligheten for kommunikasjon mellom brukere og potensielle brukere av et erfaringsprodukt, slik Milgrom og Roberts (1986) antar i sin modell, vil førstegangskonsumenter også kunne skille mellom produsenter av høy og lav kvalitet.

2.3 Hvordan velge modell?

For å kunne modellere et marked på en mest mulig realistisk måte er det viktig å ha noen kriterier for valg av modell. Jeg bruker i utgangspunktet tre kriterier for å begrunne mine modellvalg i kapittel 4 og 5. Det første og viktigste kriteriet er *markedsstruktur*, som avhenger av antall bedrifter i markedet og disses markedsandeler. (Besanko 2004, 204) Antall bedrifter som tilhører et marked avhenger av hvor nære substitutter deres produkter er. Dette avgjøres av produktenes karakteristika, bruksområde og om de selges i et geografisk område som gjør dem til substitutter. Ett av flere mål på markedsstruktur er den såkalte Herfindahlindeksen.¹¹ Denne indeksen er summen av de kvadrerte markedsandelene, S_i , til hver bedrift i som er i markedet, (ibid) og er dermed formelt gitt ved:

¹¹ Etter Orris Herfindahl.

$$\text{Herfindahl} = \sum_i (S_i)^2 \quad (2.11)$$

Lave verdier på Herfindahlindeksen indikerer fri konkurranse og høye verdier indikerer monopol.

Valg av modell avhenger også av om bedriftene i markedet selger *homogene eller differensierte produkter*. Dette vil typisk avgjøre valg av type Bertrandmodell og valg mellom en modell for fri konkurranse og en for monopolistisk konkurranse.¹² Det tredje og siste kriteriet er *nivået på inngangsbarrierer* i bransjen. Fravær av inngangsbarrierer vil trekke i retning av å bruke en modell for fri konkurranse, mens det i næringer der inntrengere er hindret ofte kan være nyttig å bruke en oligopolmodell.

Flere andre kriterier er også mye brukt, blant annet i hvilken grad bedrifter i et marked har ledig kapasitet. I næringer der det er vanlig med kapasitetsbegrensninger vil eksempelvis Bertrandmodellen være dårlig egnet siden en bedrift som klarer å underprise rivalen nødvendigvis ikke klarer å ta hele markedet på egen hånd. Da er Cournotmodellen¹³ mer hensiktsmessig å benytte. Kapasitetsbegrensninger er ikke spesielt relevant i denne utredningen, men jeg vil kommentere de tilfeller der en Cournotmodell kunne vært brukt.

Bedriftenes priser og lønnsomhet kan også brukes som nyttige indikatorer. I bransjer der bedrifter tjener stor profitt er det åpenbart ikke fri konkurranse. Det kan tyde på høye inngangsbarrierer, men også være en indikasjon på at det tilbys differensierte produkter. Hvis bedrifter i en bransje priser sine varer ulikt er det også en indikasjon på produktdifferensiering, siden det da må være ulik betalingsvilje for varer fra ulike produsenter.

2.4 Lønnsomhet og kunders forhandlingsmakt

En rekke faktorer er med på å påvirke lønnsomheten i bedrifter og næringer. I sitt Fem Krefter-rammeverk systematiserer Porter (1980) noen slike faktorer. Dette rammeverket er basert på økonomisk teori, og kan blant annet brukes for å illustrere hvordan forhold i bedriftens omgivelser påvirker profittmuligheter. En av disse fem kreftene er nivået på

¹² Se Pindyck og Rubinfeld (2003, 424) for en definisjon av denne markedsformen.

¹³ Se Sørgard (1997, 90) for en innføring.

konkurransen mellom bedrifter i en bransje. Denne har jeg modellert på ulike måter i avsnittene ovenfor. En annen av kreftene som også har stor relevans for denne utredningen er *kunders forhandlingsmakt*.¹⁴ Besanko (2004, 327-335) gir en innføring i Fem Krefter-rammeverket, og beskriver herunder faktorer som kan påvirke kunders forhandlingsmakt. Slik makt kan defineres som individuelle kunders *evne til å forhandle om pris* (ibid, 332). Under følger noen av de viktigste kildene til slik makt (ibid, 332-333):

- *Relativ konsentrasjon av konkurrenter*: Bedrifter i bransjer med relativt få konkurrenter kan ha forhandlingsmakt, både som kunde og leverandør, over bedrifter i bransjer med relativt mange konkurrenter.
- *Innkjøpsvolum*: Kunder som kjøper produkter i store kvantum vil lettere kunne forhandle om pris og kvalitet enn kunder som kjøper mindre kvantum.
- *Tilgjengelige substitutter*: Hvis kunden har substitutter tilgjengelig kan dette styrke forhandlingsmakten siden det er mulig å skifte leverandør hvis prisen blir for høy eller kvaliteten for lav.
- *Trussel om vertikal integrasjon*: Kunder som på en troverdig måte kan true med å selv produsere leverandørproduktet vil kunne oppnå en maktposisjon over leverandøren.
- *Leverandørens mulighet til å prisdiskriminere*: Dersom leverandører kan skille sine kunder med hensyn på fortjeneste er det mulig å kreve høyere pris av kunder med relativt høyere fortjeneste.

Av dette kan man tolke at maktfordelingen mellom kunde og leverandør vil bidra til å avgjøre både prisen og kvaliteten på produktet som omsettes. Dermed er koblingen til profitten også tydelig. I markeder med fri konkurranse, som i modellen i avsnitt 2.1.1, vil prisene avgjøres av tilbud og etterspørsel. (ibid, 332)

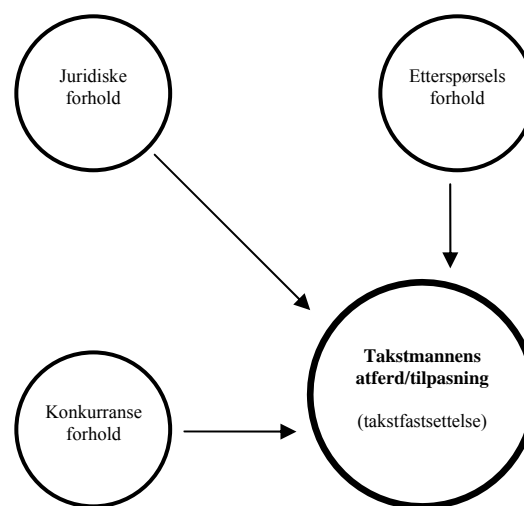
2.5 Metode og kildebruk

Jeg har angrepet problemstillingen i denne utredningen ved å se på hvordan faktorer i takstmannens omgivelser kan tenkes å påvirke hans muligheter til å gjennomføre mest mulig korrekte verdsettelsler av salgsklare boliger.

¹⁴ De tre andre kreftene er leverandørers forhandlingsmakt, risiko for inntrengere i markedet og substitutter.

Fremgangsmåten har vært å modellere relevante økonomiske forhold for så å undersøke hvilken betydning disse har for takstmannens atferd som profittmaksimerende aktør. Det var naturlig å ta utgangspunkt i etterspørselen etter takseringstjenester og konkurransen mellom takstmenn, siden disse er faktorer som har direkte innvirkning på takstmannens profitt. Da lovverket også er med på å definere økonomiske aktørers handlingsrom har jeg også kartlagt deler av de juridiske forhold som omfatter takstmannens virksomhet. Disse forholdene er også tatt høyde for i analysen av takstmannens tilpasning. Figur 2.5 illustrerer disse tre forholdene i takstmannens omgivelser.

Figur 2.5: Forhold i takstmannens omgivelser



For å kunne foreta realistiske analyser av etterspørsels- og konkurranseforhold og avdekke sammenhengene med takstmannens atferd har jeg hentet inn opplysninger fra ulike sekundærkilder. De viktigste kildene jeg har brukt til dette formålet har vært publikasjoner og data fra takserings- og eiendomsmeglerbransjens fagorganisasjoner,¹⁵ offentlige utredninger og rapporter og ulike mediekilder.¹⁶ I kapittel 3 gjengir jeg resultatene av dette undersøkelsesarbeidet. Av hensyn til ressurstilgang og denne utredningens omfang har jeg ikke samlet inn primærdata.

Metodevalget er ett av flere mulige for å studere problemstillingen jeg har beskrevet. Studier av hvordan takstmannen setter verditakst har vært gjennomført tidligere, med andre metoder. Eksempelvis har Kinnard m.fl. (1997) gjort atferdsstudier i takseringsbransjen, og jeg kommer tilbake til resultatene av noen slike undersøkelser i kapittel 3. Jeg valgte en tilnærming basert på mikroøkonomisk teori av tre årsaker. For det første har jeg ikke sett at det tidligere har vært gjort en liknende modellering av disse forholdene. Samtidig har jeg ikke funnet noe som tyder på at markedene for eiendomsmegler- og takseringstjenester er mindre egnet for teoretisk modellering enn andre markeder. For det andre kom jeg til at det var for ressurskrevende å samle inn primærdata til en statistisk analyse av hvordan takstmannen

¹⁵ Herunder læreverk som brukes i opplæring av takstmenn og eiendomsmeglere.

¹⁶ Dette er hovedsakelig forbrukerundersøkelser som undersøker prisnivå og markedsandeler.

fastsatte verditakst. Og for det tredje evner mikroøkonomiske modeller å synliggjøre økonomiske aktørers insentiver på en svært effektiv måte. Viktigheten av slike insentiver vil tydelig i kapittel 4 og 5.

Til slutt skal det nevnes at teoriene og modellene jeg benytter har noen begrensinger. Først og fremst er det en rekke forutsetninger som må være tilstede for at modellene over skal gi verdifull innsikt i virkelige forhold. I tillegg er det alltid viktig å ha i mente at økonomiske hensyn sannsynligvis ikke er de eneste mennesker legger til grunn for sine handlinger.

3. Institusjonelle forhold

Dette kapittelet har til hensikt å beskrive institusjonelle forhold som har relevans for analysen i denne utredningen. I første delkapittel ser jeg på taksering og takstmannen. Deretter behandles eiendomsmegler (3.2), og til slutt belyses forholdet mellom eiendomsmegler og takstmann (3.3).

Kildegrunnlaget i dette kapittelet består hovedsakelig av Norges Eiendomsakademi AS sitt læreverk som benyttes ved Takstmannsskolen, læreverket Eiendomsmegling i Praksis, (Bråthen m.fl. 2004) som benyttes i eiendomsmeglerstudiet ved Handelshøyskolen BI, rapporten avlagt av Boligtaktsutvalget (nedsatt av Barne- og familiedepartementet) høsten 2005 og NOU 2006:01 Eiendomsmegling. I tillegg har jeg hentet informasjon fra nettsidene til de to bransjeorganisasjonene Norges Takseringsforbund (NTF) og NITO Takst, fra en rekke internettkilder samt fra noen vitenskapelige tidsskrifter i relevante fagfelt.

3.1 Taksering

Dette delkapittelet gir en innføring i hva som legges i det å takserer en bolig. Jeg ser blant annet på grunnlaget for beregning av takst, takstmannens juridiske ansvar og markedet for takseringstjenester. En oppsummering finnes i punkt 1.1.8.

3.1.1 Hva er en takst?

Betydningen av begrepet *takst* er verdsettelse, og personen eller firmaet som takserer er en *takstmann* eller et *takseringsfirma*. Jeg bruker begge begreper om hverandre og likestiller dermed selvstendige takstmenn og takseringsfirma med flere ansatte. Takseringen foregår ved at takstmannen samler opplysninger om forhold ved takseringsobjektet, blant annet ved å gjennomføre en befarings. Videre bearbeider takstmannen disse opplysningene og anslår en takstverdi. (Bråthen m.fl. 2004)

Det kan være flere årsaker til å hente inn en takst. Denne utredningen omhandler takster som hentes inn i den hensikt å fremskaffe informasjon om private boliger som skal omsettes i boligmarkedet. Når en bolig legges ut for salg er det vanlig at eiendomsmegler henter inn en takst og benytter takstinformasjonen i salgsoppgaven. Taksten fungerer således først og fremst som en informasjonskilde for kjøper av boligen.

Det kan foretas taksering av ulike typer eiendommer. Denne utredningen tar imidlertid kun for seg takseringsobjekter som kan klassifiseres som private boliger. Flere typer private boliger er aktuelle takseringsobjekter, men her behandles ulike typer private boliger likt, under samlebetegnelsen *private boliger* eller bare *boliger*. Den praktiske avgrensingen som følger av dette er at utredningen ikke vil ta opp taksering av andre objekter, som for eksempel næringsseiendom.

3.1.2 Takseringsgrunnlag og -metoder

I sin beregning av takst tar takstmannen hensyn til en rekke forhold ved boligen. Disse kan oppsummeres i følgende fire punkter (Bråthen m.fl. 2004, 147):

- *Juridiske forhold*: Eksempler er festet grunn, borettsklausuler, forkjøpsklausuler, lovregulerte husleieinntekter, konsesjonsplikt, odelsrett og gjeldsforpliktelser heftet ved eiendommen.
- *Tekniske forhold*: Eksempler er tilstanden til grunn og fundamenter, vegger, gulv og overflater, himling, tak, fast inventar, trapper, varme og sanitærutstyr (Se vedlegg: NTF-skjema: Verdi- og lånetakst).
- *Økonomiske forhold*: Takstmannen vil vurdere kostnadene ved å føre opp en ny bolig tilsvarende takseringsobjektet. Dette innebærer såkalte normale byggekostnader på takseringstidspunktet. Det beregnes også årlig driftsoverskudd ved utleie, og det gjøres nåverdiberegninger av fremtidig kontantstrøm.
- *Markedsmessige forhold*: Eksempler er omsetningspris på tilsvarende boliger i samme eller sammenlignbart område og prisforholdene i boligmarkedet generelt.

Vurderinger av disse forholdene, spesielt de to siste, vil nødvendigvis innebære et betydelig element av skjønn. Dette kommer jeg tilbake til i neste punkt. Når takstmannen vurderer de markedsmessige forholdenes betydning for verditaksten på boligen som takseres, spesielt kjente salg av sammenlignbare boliger, skjer dette noen ganger i samråd med megler. (NEA 1, 2005, 6)

Takstmannsskolen (NEA 9 2003) spesifiserer ulike takseringsmetoder. Følgende tre metoder er de mest brukte i Norge:

- *Utleievurdering*: Også kalt *kapitalisert verdi*. Her beregner takstmannen differansen mellom eiendommens normale brutto årsleie (i.e. markedsleie) og eiendommens faste utgifter. Netto inntektsoverskudd diskonteres med en kapitaliseringsrente som, for takstmenn tilknyttet NTF, bestemmes av fagforbundet.
- *Beregning av teknisk verdi*: Utgangspunktet her er kostnadene ved å oppføre et bygg tilsvarende takseringsobjektet. Det trekkes fra for ulike typer verdiforringelse og legges til tomteverdi.
- *Analyse av sammenlignbare priser*: Her fastsettes takstverdien på bakgrunn av priser på boliger som er sammenlignbare med det aktuelle takseringsobjektet. Dette er den mest brukte metoden i Norge (ibid, 18).

3.1.3 Skjønn

Det er åpenbart at forholdene og metodene over krever at takstmannen bruker skjønn. Dette skyldes at store deler av vurderingsgrunnlaget er beheftet med usikkerhet. Spesielt gjelder dette økonomiske og markedsmessige forhold, der takstmannen blant annet må beregne markedsleie, verdiforringelse, driftskostnader og priser på sammenlignbare boliger. Men også i vurderingen av tekniske forhold vil det inngå elementer av skjønn. Her vil naturligvis takstmannens kompetansenivå spille en viktig rolle.

I litteraturen¹⁷ nevnt innledningsvis kommer det tydelig frem at skjønn er en viktig del av takstmannens arbeid. Dette erkjennes også av akademikere som har studert takstmenns virksomhet. Baum m.fl. (2001) ser på hvordan verdsettelse har innvirkning blant annet på priser i markedet for næringseiendom i Storbritannia. Om bruk av skjønn i verdsettelse sier de:

“Indeed, given the acknowledged uncertainty surrounding valuations, there is considerable scope within which the agent (valuer) has discretion”.

(Baum m.fl., 2001, 18)

¹⁷ Spesielt læreverket fra Takstmannsskolen og Bråthen m.fl. (2004)

3.1.4 Noen begreper

I takseringsbransjen opereres det med flere ulike verdibegreper, og det brukes forskjellige betegnelser på ulike takseringstjenester som takstmannen utfører. *Markedsverdi*, også kalt *normal salgsverdi*, er det mest sentrale verdibegrepet i denne utredningen. Denne verdien fremkommer i dokumentet takstmannen utarbeider når det gjennomføres en såkalt *Verdi- og Lånetakst* (se vedlagt eksempel). Takstmannsskolens læreverk som omhandler takseringsmetoder sier følgende om beregning av markedsverdi:

”På grunnlag av beregnet teknisk verdi, arealdisponering, beliggenhet og markedet generelt, ansettes markedsverdi til det beløp takstmennene mener at eiendommen eller leieretten kan omsettes til på takstdagen, dvs. prisen som flere potensielle kjøpere er villige til å betale”.

(NEA 1, 25, 2003).

Når jeg videre i utredningen bruker begrepet *takst* eller *verditakst* er det verdibegrepet markedsverdi jeg mener.

Verdi- og Lånetakst er takstmannens vanligste oppdragstype. (NEA 5, 6, 2005) Denne kan gis på ulike typer eiendom, eksempelvis eneboliger, leiligheter, tomter osv. Verdi- og Lånetaksten skiller seg fra den mer omfattende takseringstjenesten *tilstandsrapport*. Denne er å oppfatte som en ren teknisk vurdering, og er på dette området mer utførlig enn en Verdi- og Lånetakst. Et viktig moment er de juridiske krav som kan rettes mot takstmannen ved avlagt tilstandsrapport. Disse er langt strengere enn for en Verdi- og Lånetakst, og fremstår som relativt omfattende. (NEA 13 2004, 15) Takstmannens juridiske ansvar behandles i eget avsnitt. Da NTF introduserte sitt første skjematurl for slike tilstandsrapporter på slutten av 1980-tallet ble ikke denne tjenesten tatt i bruk i særlig grad. Ifølge Takstmannsskolen (NEA 5 2005, 9) var årsaken til tilstandsrapportens lave popularitet nettopp at bruken medførte et større juridisk ansvar for takstmannen. Hos eiendomsmeglerne var heller ikke produktet særlig populært på grunn av den økte kostnaden selger måtte påregne ved innhenting av en slik rapport. I dag levers tilstandsrapporter fra NTF sine takstmenn under betegnelsen *Boligsalgsrapport*. (ibid)

3.1.5 Krav til takstmannen

Inntil forsikringstilsynsloven kom i august 1989 førte Kredittilsynet lister over godkjente takstmenn. Etter dette har det fra myndighetens hold ikke eksistert noen krav- eller godkjenningsordning for takstmenn i Norge. I Boligtakstutvalgets rapport (BTU, pkt. 6.5.1) heter det:

”Det er i dag ingen offentlige krav til takstmennenes faglige kvalifikasjoner, ingen offentlig godkjenningsordning, og yrkestittelen takstmann er ikke beskyttet av lovverket. Det er heller ingen lov eller forskrift som regulerer takstmannsvirksomhet generelt”.

En naturlig tolkning av dette er at hvem som helst kan utføre takseringsoppdrag. Imidlertid betyr ikke fravær av offentlig kontroll at det i praksis ikke stilles noen faglige krav til takstmenn. Bransjeorganisasjonene stiller ulike krav til sine medlemmer, og tar man i betraktning at de aller fleste takstmenn er medlem av en av de to store bransjeorganisasjonene, NTF og NITO Takst, bør det kunne antas at takstmenn holder en viss faglig standard (ibid). Disse organisasjonene stiller blant annet krav til medlemmene skal ha relevant utdanning og praksis. Eksempelvis er NTF sin Takstmannsskole godkjent innenfor det offentlige utdanningssystemet og gir studiepoeng. (BTU pkt. 2.4) På tross av dette konkluderer Boligtakstutvalget med at en ordning der bransjen selv, med bransjenormer og ”bransjejustis”, stiller krav til sine medlemmer, ikke er tilstrekkelig for å sikre kvaliteten på takseringstjenester.

Et siste poeng verd å nevne angående krav til takstmannen, eller mangel på sådan, er at det verken fra myndigheter eller fra den største bransjeorganisasjonen, NTF, stilles krav om at opplysninger i taksten må kunne kildedokumenteres. (NEA 1 2005, 18) Takstmannsskolen sier:

” (...) oppgivelse av kildehenvisninger står det takstmannen fritt å gjøre eller la være”.

(ibid)

3.1.6 Takstmannens juridiske ansvar

Det juridiske ansvar takstmannen har for å frembringe korrekte opplysninger og for å sette en riktig verditakst er av stor betydning for analysen i denne utredningen. Boligtakstutvalget beskriver takstmannens juridisk ansvar på denne måten:

”På samme måte som for eiendomsmegleren, følger taksmannens ansvar av alminnelige regler om erstatningsansvar og er ikke direkte lovregulert.

Takstmannen kan således bare stilles til ansvar dersom han har vært uaktsom (såkalt culpaansvar), mens selgeren har ansvar for at opplysningene i taksten er riktig også om han ikke kan klandres for forholdet (objektivt ansvar)”.

(BTU, 4.1)

Som beskrevet over stiller bransjeorganisasjonene kvalifikasjonskrav til sine medlemmer, men organisasjonene krever også at medlemmene følger utarbeidede instruksjoner i takseringsarbeidet. I NTFs medlemsinstruks heter det at taksten skal gjennomføres etter ”god skikk”. (NEA 13, 5) God skikk beror imidlertid, på lik linje med utarbeidelsen av selve taksten, på skjønn. (ibid) Slike instruksjoner har vist seg avgjørende i saker der domstolene vurderer takstmannens ansvar, for i tillegg til alminnelig ulovfestet uaktsomhetsansvar har takstmannen også et profesjonsansvar. (ibid) Dette er også et ulovfestet ansvar og innebærer at domstolene, i sin vurdering av takstmannens ansvar, ser på om instruksjonen til bransjeorganisasjonene er blitt fulgt. Dermed er denne instruksjonen i mange tilfeller avgjørende for om det foreligger skyld eller ikke. En dom i Gulating lagmannsrett, der retten vurderte om en takstmann hadde utvist uaktsomhet, belyser nettopp dette:

”Utgangspunktet ved vurdering i relasjon til culpanormen, må være om lånetaksten ut fra de opplysninger takstmannen på taksttidspunktet hadde, eller eventuelt burde ha skaffet seg, tilfredsstillende normer i instruks for takstmenn utarbeidet av Norges Takseringsforbund”

(Rettens Gang, 1992, 526)

Det virker relativt vanskelig å påvise uaktsomhet i at arbeid som er basert på skjønn. Videre i den samme dommen heter det:

”Lagmannsretten er enig med takstmannen i at det ved culpavurdering (uaktsomhet) har betydning hvorvidt det er tale om faktiske feil, eller om det er en rent skjønnsmessig vurdering av tilstand og priser som er feil. For feil i det siste vil det i regelen vanskelig kunne statueres culpa med mindre det foreligger nokså kvalifiserte feil”

(ibid)

En naturlig tolkning av dette er at det er noe enklere å påvise at en takstmann er ansvarlig for feil i faktiske og etterprøvbare opplysninger enn for påståtte feil i mer skjønnsmessige forhold. Likevel viser blant annet den såkalte Takstmannsdommen (Rettstidende, 2001, 369) at det i tilfeller der takstmannen har kommet med feilaktige opplysninger om teknisk tilstand er selger som er ansvarlig og dermed erstatningspliktig. I denne dommen kom avhendingslovens § 3-7 til anvendelse og Høyesteretts flertall tilkjente kjøper prisavslag på selgers regning.

Når det gjelder takstmannens ansvar for å avgi riktig verditakst (i.e. markedsverdi), som er det mest sentrale for denne utredningen, foreligger det kun én norsk rettsavgjørelse der takstmannen har blitt kjent erstatningsmessig ansvarlig. (NEA 13, 13) Denne falt i Nes Herredsrett 13. mai 1992. I denne saken fant retten at det var rimelig å gi takstmannen et skjønnsmessig slingringsmonn på 20 prosent i forhold til prisen som ble oppnådd på eiendommen. Takstmannen som ble ilagt erstatningsansvar hadde verdsatt eiendommen til over 20 prosent over dette slingringsmonnets øver grense. (ibid)

3.1.7 Markedet for takseringstjenester

Takstmannen er en tilbyder av tjenester og selger disse i et marked med den hensikt å oppnå profitt. Takstmannen vil således bli behandlet som en hvilken som helst annen bedrift i analysedelen av denne utredningen.

I denne sammenheng er det interessant å vite hvor takstmannen henter sine inntekter. Det er i forbindelse med salg av bolig at størsteparten av etterspørsel etter slike tjenester oppstår.

Boligtakstutvalget sier:

”Når forbrukerne henvender seg til eiendomsmegler og ber om bistand til salg av bolig, vil det normalt være megleren som tar hånd om de fleste praktiske gjøremål, herunder bestilling av takstmann. Dette medfører at størstedelen av takstmennenes oppdragsmengde kommer via eiendomsmeglere”.

(BTU 6.3.4)

Dermed består størsteparten av etterspørselssiden i markedet for takseringstjenester av eiendomsmeglere. Jeg kommer tilbake til strukturen på etterspørselssiden.

Tilbudssiden i dette takstmarkedet er relativt fragmentert. Boligtakstutvalgets (pkt. 2) tall fra 2004 viser at ca. 1700 takstmenn har tilknytning til bransjeorganisasjonene i Norge. De fleste av disse er selvstendig næringsdrivende, men det eksisterer også firma som tilbyr takseringstjenester. Antall takstmenn i Norge er ikke et relevant mål på markedets tilbudsside. Årsaken til det er at takstmenn opererer relativt lokalt. (Bråthen m.fl. 2004, 147) Antall tilbydere av takseringstjenester på kommunenivå er derfor et mer nyttig mål, og kan tjene som et utgangspunkt.¹⁸ Bransjeorganisasjonene har tjenester på internett som lar kunder og andre søke etter takstmenn og takstfirma, eksempelvis på kommunenivå. Et slikt søk på NTF og NITO Takst sine nettsider ga følgende resultat:

Tabell 3.1: Antall tilbydere av verditaksering i kommunene Oslo, Bergen, Arendal og Tvedestrand

	NTF	NITO	Totalt	Folketall ¹⁹	RT*
Oslo	93	31	124	530000	0,23
Bergen	46	27	73	240000	0,30
Arendal	8	5	13	40000	0,33
Tvedestrand	3	1	4	6000	0,67

* RT: Relativt tilbud. Kolonnen viser antall takstmenn per 1000 innbyggere.

Kilde: NTF, NITO Takst og Statistisk Sentralbyrå.

Disse tallene tjener som et minstemål på antall tilbydere av verditaksering i de fire kommunene Oslo, Bergen, Arendal og Tvedestrand. Hensikten med å presentere dem er å gi et bilde av strukturen på tilbudssiden i kommuner med varierende størrelse. Det ser ut til at strukturen på tilbudssiden er relativt lik nå det korrigeres for befolkningsstørrelse.

¹⁸ Kommune vil i flere tilfeller være en urealistisk stor markedsstørrelse. Se kapittel 5.

¹⁹ Tall fra SSB, januar 2006. Avrundet til nærmeste tusen.

Likevel er også det absolutte antall tilbydere av interesse. Jeg kommer tilbake til tolkningen av disse tallene i kapittel 5.

Som andre tilbydere av tjenester i konkurranseutsatte markeder konkurrerer takstmannen mot andre takstmenn om oppdrag, og kjøpere av takseringstjenester vurderer både pris og kvalitet på takseringstjenestene når de skal velge takstmann. Et problem kjøpere av takseringstjenester står overfor er å skaffe seg informasjon om hvilke takstmenn som selger tjenester av høy kvalitet, og hvem som tilbyr lav kvalitet. Dette er et problem som oppstår i mange tjenestemarkeder, siden kjøpere av tjenester ikke kan observere kvaliteten før etter levering. Dermed kan det argumenteres for at tilbydere av tjenester er avhengige av å opparbeide seg et godt rykte for å overleve i konkurransen. (Weigelt og Camerer, 1988) Dette kommer jeg tilbake til i kapittel 5, og det vil være et viktig poeng i denne utredningen. Selv om det er med hentydning til at takstmenn skal være forsiktige med å ta på seg oppdrag de ikke behersker, påpeker også Takstmannsskolen dette forholdet:

”Det er få yrker hvor en er så avhengig av renommé som i takstmannsbransjen”
(NEA 1, 2005, 28)

3.1.8 Oppsummert om taksering

En takst er en vurdering av verdien på en bolig, gjennomført av en aktør som ikke er part i en eventuell etterfølgende bolighandel. I beregningen av en boligs markedsverdi, en verdi som vanligvis rapporteres i skjemaet Verdi- og Lånetakst, benytter takstmannen en blanding av spesifiserte metoder utviklet av bransjeorganisasjonene og eget skjønn. Det stilles ingen offentlige krav til takstmannen og hans virke er ikke lovregulert, men siden medlemskap i bransjeorganisasjonene krever ulike typer faglig kompetanse er det rimelig å si at de fleste takstmenn innehar kompetanse til å gi en teknisk vurdering av en bolig. Behovet for en takseringstjeneste oppstår oftest når en bolig skal selges og det blir nødvendig å fremskaffe informasjon om salgsobjektet. Det er eiendomsmeglere som er takstmennenes viktigste kunde.

Det er videre verd å merke at takstmannen kun er juridisk ansvarlig for sine vurderinger dersom han i sitt arbeid har utvist uaktsomhet. Rettsavgjørelser på området viser at det er vanskelig å holde takstmannen juridisk ansvarlig. Til slutt er det rimelig å se på takstmannen som en tilbyder i et marked for takseringstjenester, der han konkurrerer mot andre takstmenn og har mål om å maksimere egen profitt.

3.2 Eiendomsmegling

I dette delkapittelet gir jeg en innføring i de deler av eiendomsmeplers virksomhet som er relevante for den videre analysen.

3.2.1 Hva gjør en eiendomsmegler?

Eiendomsmeplers virksomhet er klart definert i Lov om eiendomsmegling § 3-1 (2). Denne sier blant annet følgende:

”Megleren skal gi kjøper og selger råd og opplysninger av betydning for handelen og gjennomføringen av denne”.

Dette innebærer at megler har plikt til å både informere og fungere som rådgiver for begge parter i en bolighandel. Eiendomsmeplers vanligste oppdrag er salgsoppdrag. Her påtar megleren seg oppgaven å finne en avtalepartner (i.e. en kjøper) til eiendommens selger, men er ikke ansvarlig for at en handel kommer i stand. (Bråthen m.fl., 2004, 21-23)

3.2.2 Eiendomsmeplers som mellommann

Eiendomsmeplers er å oppfatte som en mellommann i en bolighandel. (Bråthen m.fl., 2004) En mellommann opptre for fremmed regning.²⁰ Dette innebærer at megleren ikke er part i handelen. Meplers rolle som mellommann fremgår også av eiendomsmeplingslovens § 1-1 (1).

Selv om eiendomsmepler ikke er part i avtalen som tegnes mellom kjøper og selger er meplers vederlag for et salgsoppdrag direkte avhengig av prisen som oppnås på boligen som omsettes. Prisstrukturen for eiendomsmeplertjenester er provisjonsbasert, og jeg kommer tilbake til denne i punkt 3.2.4. Dermed kan det stilles spørsmålstegn ved den praktiske betydningen av

²⁰ I motsetning til å drive egenhandel.

meglernes rolle som mellommann, selv om han juridisk sett ikke er part i handelen. NOU 2006:01 om eiendomsmegling sier blant annet følgende om eiendomsmeglerens rolle:

”Eiendomsmegleren fremstår i praksis som en aktiv og pågående selger, og henter da også sin godtgjørelse fra oppdragsgiveren”.

(NOU 2006:01, 23)

3.2.3 Eiendomsmeglerens juridiske ansvar

Meglerens virksomhet er lovregulert på mange områder, hovedsakelig i lov om eiendomsmegling, og det juridiske ansvaret fremstår dermed som langt mer omfattende enn takstmannens. Det kreves også konsesjon fra Kredittilsynet for å drive eiendomsmeglervirksomhet i Norge. For å oppfylle konsesjonskravene kreves faglig og juridisk kompetanse samt at det kan stilles sikkerhet som dekker det ansvaret meglervirksomheten medfører. (ibid, 19) Den delen av eiendomsmeglernes juridiske ansvar som er relevant for denne utredningen begrenser seg imidlertid til meglernes ansvar for informasjon gitt av takstmannen i forbindelse med et salgsoppdrag. NOU 2006:01 sier at det tradisjonelle synet i dagens lovgivning er at eiendomsmegleren ikke skal identifiseres med takstmannen. Dette understøttes av Takstmannsdommen jeg refererte over, der selger ble ilagt erstatningsansvar for feil takstmannen hadde begått.

3.2.4 Markedet for eiendomsmeglertjenester

Jeg skal i dette avsnittet se på hvordan eiendomsmegler priser sine tjenester og hvordan strukturen på tilbudssiden i dette markedet ser ut.

Tabell 3.2 viser resultatet av en undersøkelse utført av NRKs Forbrukerinspektørene i desember 2000.

Tabell 3.2: Priser på eiendomsmeglertjenester

Eiendomsmegler	Pris (provisjonssats)
Aksept Eiendomsmegling AS	2,5 % opp til et gitt beløp, 1 % for beløp over
Ansvar Eiendomsmegling AS:	1,9 % opp til et gitt beløp, 1,5 % for beløp over
DnB Eiendom	1,5-3 % opp til verditakst, 10 % for beløp over
Eiendomsmegler 1	2,5 %
Exact	2,7 %
Foss & Co. Eiendomsmegling	2,5 %.
Gjensidige NOR	2,6 % opp til et gitt beløp, 1,9 % for beløp over
Postbanken Eiendomsmegling	2,5 %
Notar Eiendom	2,5 %

Kilde: NRK

I tillegg til disse provisjonsprisene kom et fastbeløp med varierende størrelse. Dette ble opplyst å skulle dekke blant annet annonsering, taksering og visninger. Størrelsen på dette beløpet, samt hva det skulle dekke, varierte fra megler til megler. Provisjonsandelen representerte i alle tilfellene brorparten av meglers vederlag ved salg av en eiendom med antatt verdi på omkring 800 000 kroner.

Man kan se at det er noe variasjon i prisstrukturen. De fleste meglerne benytter faste provisjonssatser, men både progressive og degressive strukturer eksisterer. Størrelsen på provisjonssatsen varierer relativt lite. Blant meglerne over som opererer med faste satser er det en avstand fra billigste til dyreste megler på 0,2 prosentpoeng (i.e. 8 prosent).

Av de samme årsakene som i markedet for takseringstjenester er det rimelig å anta at markeder for eiendomsmeglertjenester er geografisk begrenset. Tilbudssiden i dette markedet er derimot mindre fragmentert enn i markedet for takseringstjenester. NOU (2006:01, 22) sier følgende om markedsstruktur:

”I dag domineres bransjen av kjeder som eies av bankene, og av enkelte store private aktører.. (...) I 2004 hadde kjedene en markedsandel på om lag 67 prosent regnet i antall formidlinger, hvorav igjen bankene alene hadde ca 45 prosent markedsandel”.

Det er mulig å anta at de store nasjonale kjedene også utgjør 67 prosent av markedet i alle lokale markeder. Mye tyder likevel på at så ikke er tilfelle. Tilbudssiden i lokale markeder virker i realiteten enda mer konsolidert. Eksempelvis har Eiendomsmegler 1 en markedsandel på 35 prosent²¹ på Haugalandet; Sparebanken Møre har markedsandel på ca. 30 prosent²² i Møre og Romsdal; Eiendomsmegler 1 Nord-Norge AS hadde i 2003 som mål å oppnå 30 prosent²³ markedsandel i Nord-Norge; Eiendomsmegler 1 har markedsandel på ca. 35 prosent²⁴ i Midt-Norge, Georg Solberg AS har en markedsandel på 25 prosent²⁵ i Vestfold; Eiendomsmegler Vest har en markedsandel på over 26 prosent²⁶ i Hordaland.

NOU 2006:01 (23) sier også at det ved utgangen av 2005 var 650 eiendomsmeglerforetak og om lag 250 filialer i det norske markedet. Dette utgjør ca. 1,5 foretak og ca 0,6 filialer pr. kommune. Tilbudssiden i dette markedet utgjør også den største delen av etterspørselssiden i markedet for takseringstjenester.

3.3 Forholdet mellom eiendomsmegler og takstmann

Denne utredningen undersøker om takstmannen er i stand til å verditaksere boliger uavhengig av eiendomsmegler. Boligtakstutvalget sier blant annet følgende om avhengighetsforholdet mellom eiendomsmegler og takstmann:

”Når forbrukerne henvender seg til eiendomsmegler og ber om bistand til salg av bolig, vil det normalt være megleren som tar hånd om de fleste praktiske gjøremål, herunder bestilling av takstmann. Dette medfører at størstedelen av takstmennenes oppdragsmengde kommer via eiendomsmeglere. Slik skapes også et visst avhengighetsforhold mellom meglere og takstmenn. Dette kan lede til at megleren får en maktposisjon overfor takstmannen og at takstmannen for eksempel kan føle seg presset til å avgi flatterende takster”.

(BTU, pkt. 6.3.4)

²¹ <http://www.haugesund.kommune.no>

²² <http://www.dn.no>

²³ <http://www.sparebankforeningen.no>

²⁴ <http://www.canon.no>

²⁵ <http://www.georg-solberg.no>

²⁶ <http://www.bt.no>

Videre sier utvalget at

”Det kan også hevdes at det generelt sett er lite heldig at takstmennene i praksis skal være avhengige av eiendomsmeglernes velvilje for å få oppdrag. De dyktigste og mest samvittighetsfulle takstmennene kan da risikere å bli valgt bort”.

(ibid)

På tross av disse betraktningene kommer utvalget til ”pynting” på takster ikke er noe generelt problem i Norge.

Takstmannen og hans forhold til eiendomsmegler har også vært hyppig omtalt i norske medier de senere årene. I flere saker har det kommet uttalelser fra blant annet takseringsbransjens organisasjoner og Kredittilsynet som omhandler det samme forholdet som Boligtakstutvalget påpeker. I Aftenposten 7. juni 2005 sier leder i NITO Takst, Kai-Haftor Olsen blant annet at

”Bindingene mellom takstmenn og meglere er for mange og truer takstmannens rolle som uavhengig og objektiv aktør”.²⁷

Det finnes også en ikke-ubetydelig mengde forskning på forholdet mellom takstmannen og oppdragsgiver. I en studie av takstmenns innvirkning på eiendomsmarkedet i Storbritannia sier Baum m.fl. (2000, 19) følgende:

“Whatever the precise nature of the client/valuer interrelationship it is clear that there is potential for valuations to be biased”.

Kinnard m.fl. (1997) gjennomførte en studie blant takstmenn i USA som tok sikte på å måle presset takstmenn utsettes for av sine kunder. I undersøkelsen fant de at slikt press forekom hyppig og at takstmenn lot seg overtale til å endre takstverdi.

²⁷ <http://forbruker.no>

“Overall, 41 per cent of the commercial appraisers revised their valuation estimates, without having supportive documentation, when requested to do so by their client. Client size was found significantly and directly to affect the valuation decisions of commercial appraisers”.

(Kinnard m.fl., 1997)

Smolen og Hambleton (1997) erkjenner også presset mot takstmenn. De refererer undersøkelser som rapporterer at nesten 80 prosent av takstmenn har opplevd press fra kunder som ønsker å endre en avgitt takstverdi. Videre påpeker de at det er markedsmakt som skaper grunnlaget for slikt press.

Jeg kommer tilbake til slikt press mot takstmannen i kapittel 5. Det neste kapittelet handler om hva slags verditakster eiendomsmeidlerne ønsker.

4. Eiendomsmeglernes ønske om høy verditakst

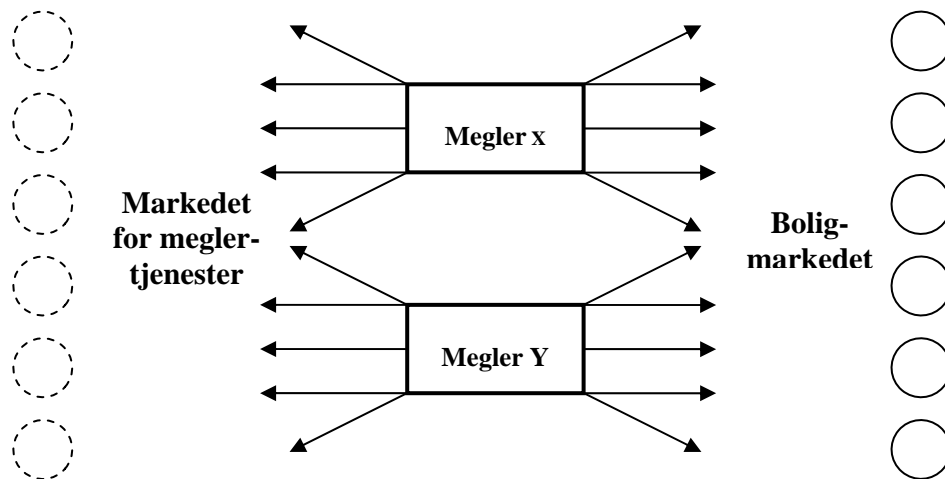
Dette kapittelet er første del av analysen og handler om meglers preferanser hva gjelder takstmannens fastsettelse av verditakst. Jeg ser dermed på takstmannens etterspørselsforhold

Eiendomsmeglere antas å konkurrere på to måter:

1. Om å selge oppdrag i **markedet for eiendomsmeglertjenester**
2. Om å oppnå høyest mulig pris for boliger i **boligmarkedet**

Figur 4.1 er ment å illustrere disse to typene konkurranse. Venstre halvdel av figuren viser konkurransen i markedet for eiendomsmeglertjenester, der de stiplede sirklene symboliserer boligselgere på som skal hyre megler. I dette markedet ønsker megler å selge flest mulige oppdrag til høyest mulig provisjon. Den høyre delen av figuren illustrerer boligmarkedet, der meglerne ønsker å oppnå høyest mulig pris på boligen for å få størst mulig inntekter. Sirklene på høyre side symboliserer boligkjøpere.

Figur 4.1: Megler konkurrerer på to måter



Dette skaper noen utfordringer i utformingen av en profittfunksjon. Målet i det venstre markedet i figur 4.1 er å selge flest mulig megleroppdrag til høyest mulig provisjonssats. Når megler først har fått ett salgsoppdrag er det eneste målet å oppnå høyest mulig pris på boligen i boligmarkedet. I faglitteraturen (Rochet og Tirole 2003) betegnes denne typen markeder

tosidige markeder. I slike vil det ofte oppstå positive nettverkseksternaliteter i form av en spillovereffekt mellom markedene. (ibid) For en megler vil slike eksternaliteter kunne forekomme i form av at flere boliger i porteføljen vil gi flere interesserte kjøpere, som igjen vil gjøre det mer attraktivt å kjøpe tjenester av megleren. Flere tjenester gir videre flere boliger i porteføljen, og megler får dermed en tydelig positiv eksternalitet når antall oppdrag øker. Det ble dessverre for omfattende å ta hensyn til slike eksternaliteter i denne utredningen.

En viktig antagelse i dette kapitlet er at takstmannen setter taksten selvstendig og etter beste faglige evne, en forutsetning som blir utfordret senere.

4.1 Meglers profittfunksjon

Fra kapittel 3 vet vi at megler henter sine inntekter som en prosentsats av prisen som blir oppnådd på boligen han er engasjert for å selge. Oppnådd pris på boligen må derfor inngå i meglers profittfunksjon. Jeg bruker i det videre følgende symboler:

π^M	Meglernes profitt
α	Meglernes provisjonssats (antas å være en fast prosentsats)
P_i	Oppnådd pris for bolig i
T_i	Verditakst for bolig i
c_i	Salgskostnad ved bolig i
Q	Antall megleroppdrag

Begrunnelsen for valg av en flat provisjonssats er at dette ser ut til å være det mest vanlige i praksis.²⁸ Jeg vil mot slutten av dette kapitlet se kort på noen konsekvenser av progressiv eller degressiv provisjonssats, siden noen meglere priser sine tjenester på denne måten.

For salg av en enkelt bolig i vil megler oppnå en profitt på:

$$\pi_i^M = \alpha(P_i) - c_i \quad (4.1)$$

, og for en gitt periode med n solgte boliger vil den aggregerte profitten være:

²⁸ Se kapittel 3.2.

$$\pi^M = \sum_{i=1}^n \alpha(P_i) - c_i \quad (4.2)$$

Dette relativt enkle resonnementet viser, i hvert fall hva økonomiske insentiver gjelder, at eiendomsmegler ikke representerer noe objektivt mellomledd mellom kjøper og selger. Både megler og selger er tjent med en høyest mulig pris på boligen, og kjøper ønsker selvsagt å betale minst mulig.

Likning 4.2 viser at meglers profitt avhenger positivt av økning i P og α og negativt av økning i c . I denne likningen er den enkelte solgte bolig indikert med bunnskrift i . For å trekke antall megleroppdrag inn i profittfunksjonen antar jeg at antall solgte boliger er likt antall megleroppdrag, Q . Dette betyr at jeg antar at megler selger en og en bolig, noe som virker relativt realistisk. Det vil naturligvis forekomme tilfeller der ett salgsoppdrag innebærer salg av flere boliger, men uten at jeg har noen kilde på det virker enkeltoppdrag som det mest vanlige. Selv om det ikke skulle være tilfelle vil det ikke endre noen av konklusjonene i dette kapitlet, men det ville gjort utformingen av profittfunksjonen noe mer komplisert. For å kunne konstruere en profittfunksjon der antall megleroppdrag også er en variabel lar jeg gjennomsnittsverdien av solgte boliger være:

$$\bar{P} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n P_i \quad (4.3)$$

Dermed kan profitten også uttrykkes slik:

$$\pi^M(P, Q, \alpha, c) = [\alpha \bar{P}]Q - c(Q), \quad (4.4)$$

der \bar{P} er definert ved (4.3).

4.2 Verditakst og meglers profitt

I det videre skal jeg undersøke hvordan nivået på verditakst påvirker variablene i meglers profittfunksjon.

4.2.1 Verditakst og omsatt kvantum av megleroppdrag

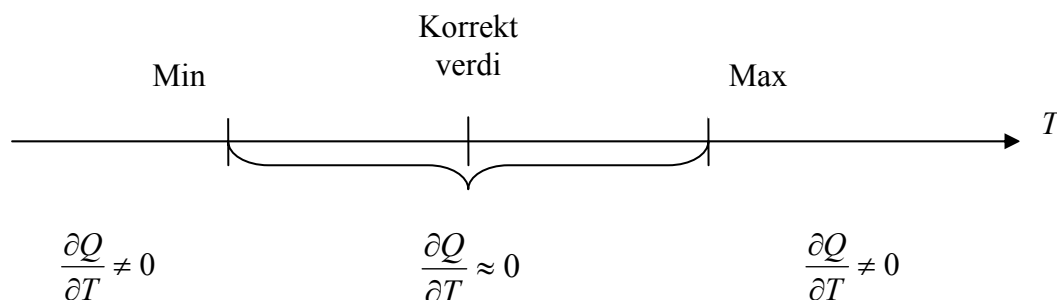
En meglers omsatte kvantum av meglertjenester kan falle eller stige både som følge av endret oppdragsmengde og som følge av at det kan ta lengre eller kortere tid å selge de samme boligene. Dette betyr videre at Q avhenger av det antall selgere som ønsker å bruke megleren og det antall kjøpere som ønsker å by på en bolig som selges via megleren. Hvis taksten oppfattes som urimelig kan eksempelvis selger true med å gå til en annen megler. Kjøper vil på sin side kunne sanksjonere mot en urimelig takst ved å ikke by på boligen eller by på boligen uten hensyn til verditaksten. T får da betydning for eiendomsmeglers omsatte kvantum, Q .

Fra kapittel 3 vet vi at takseringsbransjen påberoper seg ekspertise på å verdsette boliger. Forutsetter man at kjøper og selger er av samme oppfatning som takseringsbransjen vil det likevel være rom for at T ikke påvirker Q . Figur 4.2 illustrerer at man kan tenke seg en øvre og en nedre verdi på T , i forhold til en tenkt korrekt takst, som kjøper og selger vil godta uten å sanksjonere. Meningen jeg legger i begrepet *korrekt takst* er det følgende:

Det beløpet en bolig ville blitt omsatt for i markedet dersom alle aktører hadde full informasjon om boligen. En slik verditakst vil settes av en fullt ut informert og objektiv takstmann.

Dette betyr at det kan avgis takster, innenfor et intervall, uten at det får konsekvenser for antall megleroppdrag. Jeg kaller dette intervallet *takstmannens spillerom*.

Figur 4.2: Takstmannens spillerom I



Spillerommet får takstmannen på grunn sitt kunnskapsovertak på publikum. For å eksemplifisere, se på følgende tenkte situasjon:

Eksempel:

En boligkjøper med gjennomsnittlig kunnskap om det private boligmarkedet skal kjøpe leilighet i sentrum av en større by, og har fulgt med i boligmarkedet en tid. Boligkjøperen ønsker en leilighet på ca. 50 kvadratmeter med middels standard, og har sett at slike leiligheter vanligvis omsettes for mellom 1,5 og 2 millioner kroner. Vedkommende kjøper antar dermed å måtte ut med et beløp i denne størrelsesorden.

En takstmann som takserer boliger i det samme området skal taksere en leilighet som passer den nevnte kjøperens preferanser. Taksten setter han etter beste evne og den baseres blant annet på utstrakt kunnskap om liknende omsatte boliger i samme område, forventede leieinntekter, leilighetens tekniske stand og de juridiske heftelsene på eiendommen.

Hvis selger av leiligheten og de fleste aktuelle kjøpere har samme oppfatning som den nevnte kjøperen, har takstmannen her et spillerom for fastsettelse av verditakst med en øvre grense på 2 millioner kroner og en nedre grense på 1,5 millioner kroner.

Størrelsen på dette takstmannens spillerom er vanskelig å anslå, men en pekepinn kan imidlertid gis ved å se på hvor mye takster spriker. Dagbladet²⁹ gjorde i 2002 en undersøkelse der de så på ulike takstmenn sine verditakster på bestemte boliger i Oslo og Bergen. Verdiene sprikte med nærmere 25 prosent på de samme boligene.

²⁹ <http://www.dagbladet.no>

Som beskrevet i kapittel 3 inngår det også et betydelig element av skjønn i takstmannens beregning av verditakst, og når det videre ikke stilles krav om at takstmannens arbeid må kunne dokumenteres i noen form underbygger det videre at variasjon kan forekomme. Økt kunnskap om markedsforhold hos kjøpere og selgere av bolig vil redusere takstmannens kunnskapsovertak, og dermed gjøre takstmannens spillerom mindre.

4.2.2 Verditakst og meglers kostnad per megleroppdrag

Det virker svært usannsynlig at nivået på verditakst på et salgsobjekt skal ha betydning for meglers grensekostnad. Det kan likevel tenkes at grensekostnaden kan øke som følge av at megler må bruke mer ressurser for å selge boliger hvis verditaksten er satt så høyt at det blir vanskelig å starte en budrunde. Dette er imidlertid ikke et problem innenfor det definerte handlingsrommet i figur 4.2, siden en slik kostnadsøkning vil være en konsekvens av at kvantum synker. Jeg har allerede argumentert for at kvantum er stabilt i spillerommet. Ingenting annet tyder på at lave eller høye verdier av T skal ha noen innvirkning på meglers kostnadsside annet enn potensiell innvirkning gjennom omsatt kvantum av meglertjenester, Q . Dermed antar jeg at c er upåvirket av T .

4.2.3 Verditakst og inntekt per megleroppdrag

Etter å ha eliminert innvirkning på nivået på verditakst på både meglers kostnader og omsatte kvantum innen spillerommet står vi igjen med prisen på det enkelte megleroppdrag. Prisen megler tar for et oppdrag består av provisjonssatsen α og salgsprisen på den enkelte bolig, P_i . Ingenting tyder på at takstverdien skal ha noen innvirkning på provisjonssatsen, og med utgangspunkt i meglers profittfunksjon, (4.3), er det da kun variabelen boligpris som gjenstår. Jeg ser nå nærmere på $P(T)$.

Under forutseningen om at takstmannen har et kunnskapsovertak på kjøper og selger, samt at han har disses tillit i verdsettelsen, vil det vil være en positiv sammenheng mellom verditakst og boligpris:

$$\frac{\partial P}{\partial T} > 0 \quad (4.5)$$

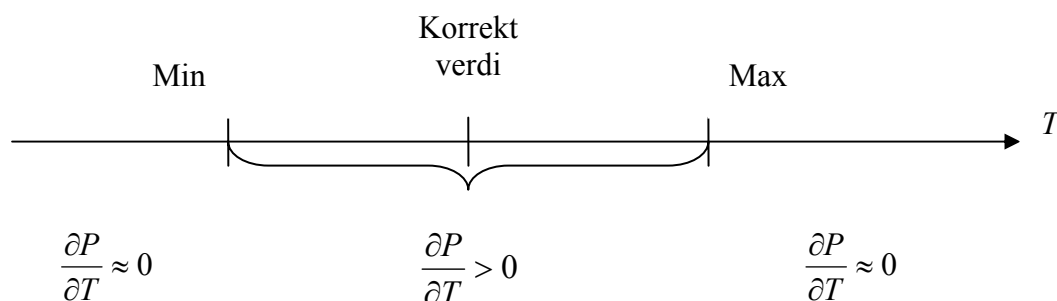
NOU 2006:01 (148) påpeker dette forholdet. Her sies det at forbrukere sjelden har god oversikt over eiendomsmarkedet og at disse i mange tilfeller er prisgitt både takstmannens og eiendomsmeglers verdivurdering når de skal gjøre seg opp en mening om markedsverdien på en bolig.

Med full og ubetinget tillit til takstmannen hos kjøper og selger vil man ha:

$$\frac{\partial P}{\partial T} = 1 \quad (4.6)$$

Men på samme måte som for kvantum kan man tenke seg at kunnskapsovertaket kun har begrenset effekt på pris. Det er sannsynlig at det også eksisterer en øvre og nedre grense på T der (4.5), og eventuelt (4.6), vil gjelde. Argumentene for dette er de samme som under punkt 4.2.2, nemlig at ved en nedre og øvre grense på fastsettelsen av verditakst på en gitt bolig vil henholdsvis selger og potensielle kjøpere finne taksten urimelig og utelate den fra sitt beslutningsgrunnlag. Figur 4.2 illustrerer effekten av T på P av dette:

Figur 4.3: Takstmannens spillerom II



Nettopp fordi argumentene for et spillerom her er de samme som for T sin innvirkning på Q er det rimelig å anta at størrelsen på takstmannens spillerom er det samme intervallet med hensyn på salgspris på boligen som med hensyn på omsatt kvantum av meglertjenester.

Hvordan ser så funksjonen $P(T)$ ut? Man kunne for så vidt nøyd seg med å anta at effekten av T på P var positiv mellom den nedre grensen, som jeg heretter vil kalle T_{\min} , og den øvre grensen, heretter T_{\max} . Men siden kjøpere vil begynne å stille spørsmålstegn ved taksten når den nærmer seg T_{\max} virker rimelig at effekten av økt T blir mindre jo nærmere man kommer T_{\max} . $P(T)$ er derfor konkav.

Et utgangspunkt for å bestemme en enkel funksjon, $P(T)$, er den prisen megler maksimalt kan oppnå for en gitt verditakst. Jeg kaller denne K :

$$K = P(T_{max}) \quad (4.7)$$

P vil synke når T synker under T_{max} , og den vil synke raskere og raskere. Dermed har vi for en gitt bolig:

$$P_i(T) = K - (T - T_{Max})^2 \quad (4.8)$$

Denne funksjonen vil nødvendigvis ikke gjelde for alle tenkelige verdier av T . Argumentene for at det finnes et slik handlingsrom evner ikke å si noe om hva som skjer med effekten av T på P utenfor handlingsrommet utover at den ikke kan være positiv. Derfor er (4.8) gyldig kun når $T \in [T_{min}, T_{max}]$. Denne begrensningen får ingen praktisk betydning for hva jeg skal bruke sammenhengen mellom verditakst og boligpris til. Det sentrale resultatet er førsteordensbetingelsen til (4.8):

$$\frac{\partial P}{\partial T} = 0 \Rightarrow T = T_{Max} \quad (4.9)$$

4.2.4 Tilbake til meglers profittfunksjon

Det jeg har gjort i dette kapittelet er å systematisk eliminere verditakstens påvirkning på alle variable og parametere i meglers profittfunksjon bortsett fra P . Går man tilbake til (4.4), og setter inn at P er en funksjon av T , får man

$$\pi^M = [\alpha \bar{P}(T)]Q - c(Q) \quad (4.10)$$

Siden T , innen takstmannens spillerom, ikke påvirker noe annet enn P , kan man partiellderivere profittfunksjonen med hensyn på T :

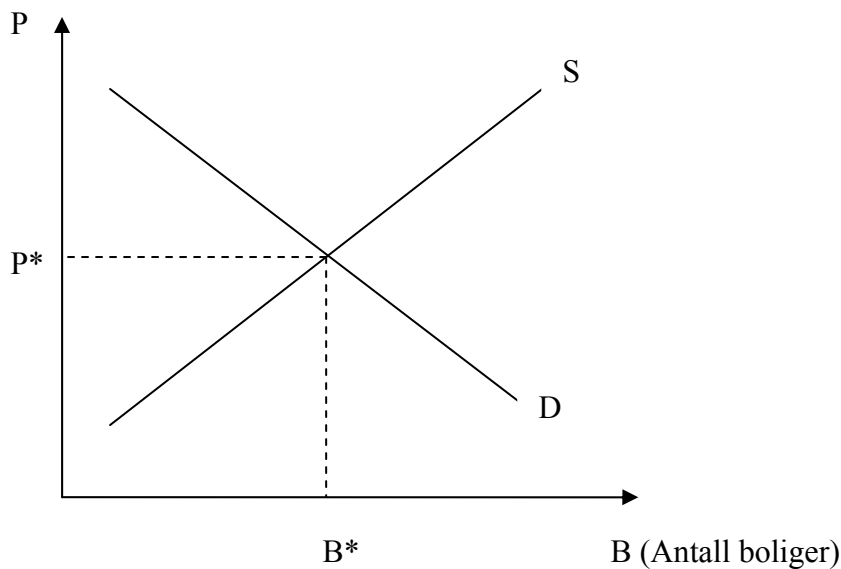
$$\frac{\partial \pi^M}{\partial T} = 0 \Rightarrow T = T_{Max} \text{ der } T \in [T_{min}, T_{max}]. \quad (4.11)$$

Dette betyr at megler vil ønske at T settes til T_{max} . I kapittel 5 vil jeg vise hvordan eiendomsmeglere er i stand til å få takstmenn til å sette slike høye verditakster.

4.3 Konkurransen om å selge boliger

I dette avsnittet vurderer jeg om konkurransen mellom meglere om å selge boliger til høyest mulig pris vil få noen konsekvenser for meglers ønske om høy verditakst. Dette betyr at jeg nå studerer konkurransen i høyre del av figur 2.1. Aggregert tilbud og etterspørsel er i dette markedet er illustrert i figur 4.4.

Figur 4.4: Markedet for boliger



For å vise meglers tilpasning i boligmarkedet ser jeg på et tilfelle der to meglere skal selge hver sin bolig. Boligene er likeartede, slik at potensielle boligkjøpere vurderer boligene opp mot hverandre. Dette kan eksempelvis være to relativt like salgsobjekter i samme geografiske område. Likevel er ikke boligene identiske, og de kan dermed karakteriseres som imperfekte substitutter. Etterspørselen etter megler i sin bolig er gitt ved

$$D_i = A - aP_i + bP_j + T_i \text{ der } 0 < b < a, i, j = 1, 2 \text{ og } i \neq j \quad (4.12)$$

Funksjonen illustrerer at etterspørselen etter en bolig som megler i har til salgs vil øke når prisen megleren forlanger går ned. Samtidig vil etterspørselen etter denne boligen øke når prisen på rivalens bolig øker. Vektingen med konstantene a og b viser at megler i sin egen pris har større innvirkning på egen etterspørsel enn rivalens pris. En høyere takst bidrar også til større etterspørsel etter boligen, men som vist gjelder dette kun opp til en grense.

Videre er eiendomsmegler i sin profitt gitt ved likning 4.1 multiplisert med etterspørselen:

$$\pi_i^M = (\alpha P_i - c_i) D_i \quad (4.13)$$

For å modellere denne konkurransen benytter jeg en Bertrandmodell med differensierte produkter. Meglerne konkurrerer om boligkjøperne i priser. Videre lar jeg meglerne velge den verdien på T som maksimerer egen profitt.³⁰ Dette blir et spill i to trinn der meglerne først velger verdi på T før de setter en pris på boligen som skal omsettes. Rekkefølgen skyldes at det tar lenger tid å verditakst enn å endre pris. Grensekostnaden c antar jeg at er 0 for begge meglerne. Dette er naturligvis ikke realistisk, men siden c ikke påvirkes av P kan den oppfattes som en driftsuavhengig fast kostnad og den får dermed ikke konsekvenser for meglers tilpasning. I tillegg setter jeg $\alpha = 1$. Heller ikke det er realistisk, siden megler vanligvis tar en provisjon som skulle tilsvare en α på ned mot 0,02. Likevel endrer det ingen konklusjoner, siden megler vil ønske høyest mulig salgssum uansett hvor stor provisjonen er. Det er provisjonsprinsippet som er av interesse her, ikke provisjonssatsens størrelse.³¹

Som forklart i kapittel 2 løses spillet med baklengs induksjon. På trinn 2 har vi

$$\frac{\partial \pi}{\partial P} = A + bP_j - 2aP_i + T_i = 0 \quad (4.14)$$

Løst med hensyn på egen pris finnes egen reaksjon på rivalens pris:

$$P_i = \frac{A + bP_j + T_i}{2a} \equiv R_i(P_j) \quad (4.15)$$

³⁰ Dette har de i praksis ikke anledning til, men jeg tillater det ene å alene med den hensikt å vise hva slags T de ville valgt hvis de kunne velge.

³¹ Eiendomsmeglerne konkurrerer i provisjonsstørrelse når de konkurrerer i markedet for eiendomsmeglertjenester, ikke i boligmarkedet. Det er selger som betaler meglers vederlag.

Reaksjonsfunksjonen er stigende i rivalens pris, og handlingsvariablene er strategiske komplimenter. Dette er årsaken til den positive helningen på kurvene i figur 4.4 nedenfor. Når eiendomsmevlene vet dette vil de ta hensyn til rivalens reaksjon når de setter verdi på T i spilllets første trinn. Jeg antar at meglere velger T simultant. Totalderivasjon på trinn 1 gir

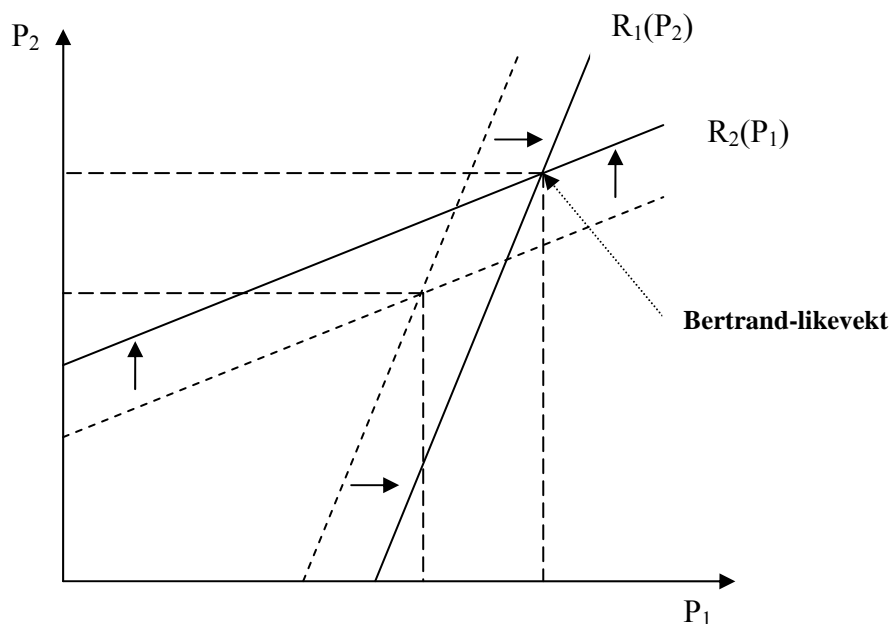
$$\frac{d\pi_i}{dT_i} = \frac{\partial\pi_i}{\partial T_i} + \frac{\partial\pi_i}{\partial P_j} \frac{dP_j}{dT_i} + \underbrace{\frac{\partial\pi_i}{\partial P_i} \frac{dP_i}{dT_i}}_{=0} \quad (4.16)$$

Fra førsteordensbetingelsen (4.14) har megler i tilpasset seg optimalt på trinn 2, slik at det siste leddet i likning (4.16) er lik 0. Dermed står vi igjen med følgende effekter av en endring i T_i :

1. Den direkte effekten på profitten av endring i T : $\frac{\partial\pi_i}{\partial T_i}$
2. Den strategiske effekten på profitten av endring T : $\frac{\partial\pi_i}{\partial P_j} \frac{dP_j}{dT_i}$

Den direkte effekten har jeg allerede slått fast at er positiv. En megler oppnår høyere pris, og dermed høyere profitt, ved å marginalt øke T . Den strategiske effekten virker gjennom den konkurrerende meglers reaksjon på megler i sitt valg av T . En økning i rivalens boligpris P_j har også en positiv effekt gjennom økt etterspørsel samtidig som rivalens pris blir påvirket positivt av en økning i megler i sitt valg av T . Den strategiske effekten er dermed også positiv, og det er fortsatt gunstig for eiendomsmevlere med en høy verdi på T . Figur 4.4 viser at reaksjonsfunksjonene for to meglere (1 og 2) flytter utover som følge av at eiendomsmevlene velger en relativt høy T på trinn 1. På denne måten blir det mulig for begge meglere å ta en høyere pris enn hvis de ikke hadde tatt hensyn til den strategiske effekten.

Figur 4.5 Bertrand-likevekt med to konkurrerende eiendomsmeglere i boligmarkedet



Strategien er analog med en såkalt Fat Cat-strategi³² i teorien for strategiske bindinger, der en økning i den strategiske handlingsvariabelen på trinn 1 gjør bedriften ”myk”³³ i konkurransen. Den er å betegne som en tilpasningsstrategi siden meglerne tillater hverandre å være i markedet. Hvis megleren som først velger verdi på T ønsket å konkurrere den andre ut av markedet (i.e. avskrekke) måtte denne velge en verdi så lav at rivalen ikke ville tjent profitt.

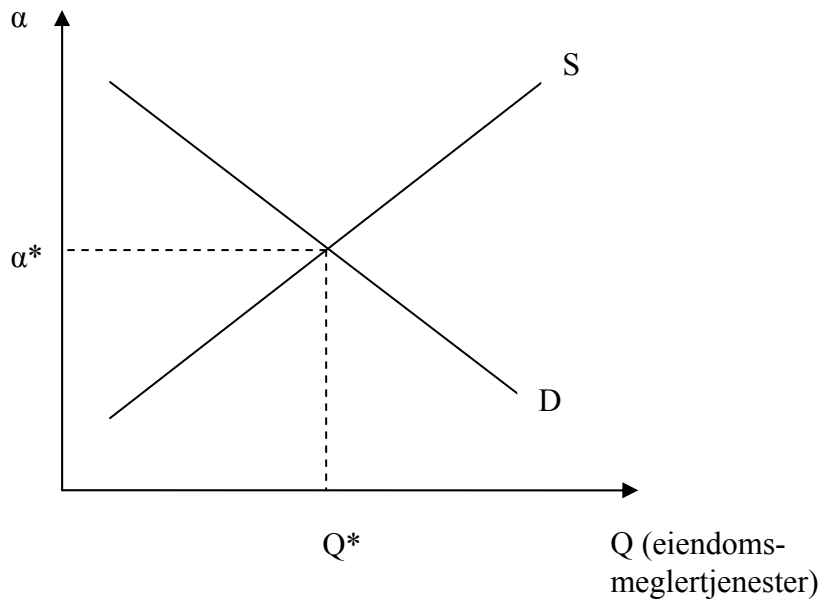
4.4 Konkurransen om megleroppdrag

Jeg gir her en kortfattet analyse av eiendomsmegleres tilpasning i markedet for eiendomsmegler-tjenester. Det betyr at jeg går over til å se på venstre side av figur 4.1. Aggregert tilbud og etterspørsel kan dermed illustreres slik:

³² Se Sørgard (1997, 138) for en forklaring.

³³ Myk betyr her at $d\pi_2/dT_1 > 0$

Figur 4.6: Markedet for eiendomsmeglertjenester



4.4.1 Valg av modell

Som argumentert for i kapittel 3 er markedet for eiendomsmeglertjenester et geografisk avgrenset marked. Det ble også skissert et bilde av en tilbudsside karakterisert av aktører med relativt store markedsandeler i slike lokale markeder. Kravet om konsesjon for å drive meglervirksomhet representerer en inngangsbarriere i markedet. I tillegg krever etablering i markedet noen investeringer i teknisk utstyr,³⁴ (NOU 2006:01, 22) men disse virker relativt ubetydelige. Uten investeringer av betydning virker arbeidskraft å være den viktigste innsatsfaktoren i denne næringen, og det er tvilsomt at det eksisterer kapasitetsbegrensninger av betydning. Kapasiteten kan utvises raskt ved å ansette nye meglere.

Dette betyr at vi har å gjøre med et marked som kan modelleres med en Bertrandmodell. Spørsmålet er om det bør brukes en modell med homogene eller differensierte produkter. Meglerforetakene i dagens marked er åpenbart ikke like. De presenterer seg på ulike måter overfor sine kunder, blant annet gjennom ulike merkenavn, logoer osv. Ser man på etterspørselssiden i markedet, det vil si på boligselgerne, blir det derimot urealistisk å anta at det finnes heterogenitet i disses preferanser. Man må anta at alle boligselgere kun har ett mål, nemlig å oppnå høyest mulig pris for sin bolig, og at det heller ikke eksisterer ulik betalingsvilje for denne kvaliteten. En Bertrandmodell for homogene produkter virker derfor

³⁴ Dette innebærer blant annet fotokopierings-, og kommunikasjonsutstyr (ibid).

som det mest realistiske modellvalget, og siden meglers pris er provisjonsbasert konkurrerer de på provisjonssats.

4.4.2 Meglers tilpasning

Konkurrerende bedrifters tilpasning i Bertrandmodellen med homogene produkter er redegjort for i kapittel 2. Her vil konkurrerende bedrifter ende opp med å konkurrere bort all profitt på grunn av fristelsen til å underby konkurrenten på pris. Eiendomsmeglers tilpasning kan derfor uttrykkes slik:

$$\alpha P_i = c_i \Rightarrow \alpha = \frac{c_i}{P_i}, \quad (4.17)$$

og de vil ikke tjene profitt. Dette er riktignok det statiske resultatet. Møtes meglerne i markedet flere ganger vil det oppstå muligheter for stilltiende prissamarbeid, og profitt vil kunne bli mulig. Men med homogene produkter vil prisene være like hos alle, selv om prisen er høyere enn grensekostnad. Prisene kan tenkes å se slik ut hvis meglere lykkes med stilltiende prissamarbeid:

$$\alpha_i = \frac{c}{P} \quad \text{der } \alpha_i = \alpha_j > c \quad (4.18)$$

Hvis meglerne opererer med faste provisjonssatser for alle kunder og c antas å være like stor uansett verdi på P , er en implikasjon av disse likevektene at meglerne vil tjene mer i absolutte inntekter på å selge boliger med relativt høy verdi. Dette trekker også i retning av at høy pris er gunstig, og konkurransen i markedet for meglertjenester endrer dermed ingen av konklusjonene over hva gjelder meglers ønske om nivå på verditaksten.

4.5 Oppsummert om meglers preferanser

Eiendomsmeglerne representerer etterspørselen i markedet for takseringstjenester. For å analysere hvordan takstmannen vil sette verditakst er det derfor av interesse å se på hva slags verditakster det er etterspørsel etter. Jeg har i dette kapitlet vist at eiendomsmeglere vil ønske relativt høye verditakster. Dette er konklusjonen også etter at det er tatt høyde for eiendomsmeglernes konkurranse i to markeder.

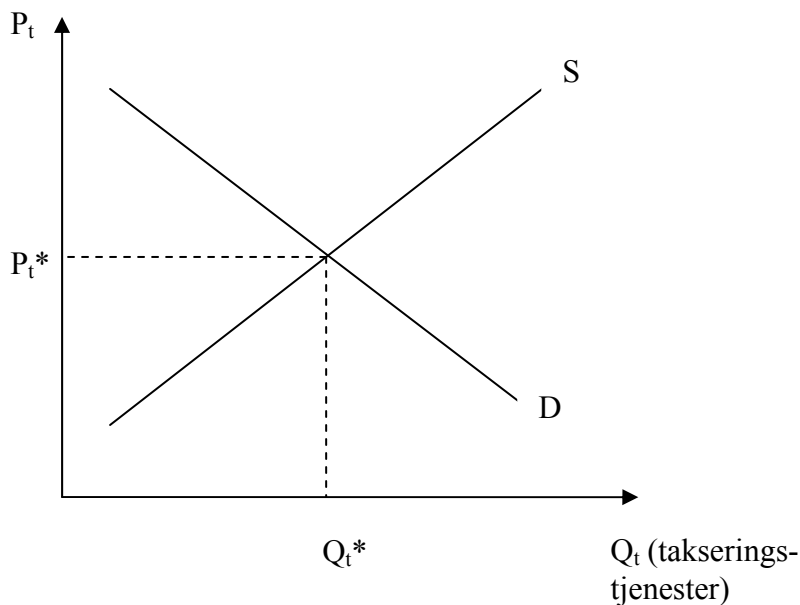
5. Konkurransen gir høye verditakster

I kapittel 4 viste jeg at eiendomsmegler ikke er noen objektiv mellommann mellom kjøper og selger av bolig. Videre argumenterte jeg for at eiendomsmegler har interesse i at det settes en relativt høy verditakst på boligen han har fått i oppdrag å selge. Kapittel 5 handler om hvordan konkurransen mellom takstmenn fører til at de vil sette en relativt høy verditakst, slik megler ønsker.

5.1 Konkurransen i markedet for takseringstjenester

I dette delkapittelet analyseres markedet for takseringstjenester. Jeg ser på hva slags markedsstruktur som råder og hvordan takstmenn vil tilpasse seg til denne. Figur 5.1 illustrerer aggregert tilbud og etterspørsel i markedet.

Figur 5.1: Markedet for takseringstjenester



Bunnskrift t brukes på alle variable av betydning for takstmannens tilpasning. Dette gjøres for å skille dem fra variablene i forrige kapittel.

5.1.1 Takstmannens profittfunksjon

Sammenlignet med eiendomsmegler er det langt mindre problematisk å konstruere en profittfunksjon for takstmannen. Takstmannens profitt vil avhenge av antall oppdrag, Q_t , prisen på tekstopdraget, P_t , og kostnaden per takseringsoppdrag, c_t . Profitten er dermed gitt ved

$$\pi^T = P_t Q_t - c_t(Q_t) \quad (5.1)$$

5.1.2 Valg av modell

Strukturen i markedet for takseringstjenester fremstår mer variert enn i markedet for eiendomsmeglertjenester. Hvis man tar utgangspunkt i kommune som markedsstørrelse viser tallene fra kapittel 3 variasjon i konsentrasjonen av takstmenn. Hvis Oslo kommune kan sies å representere ett marked, og alle takstmenn har lik markedsandel er Herfindahlindeksen i dette markedet tilnærmet lik 0. Med samme forutsetninger er Herfindahlindeksen for Tvedestrand kommune er på 0,25. I henhold til Besanko (2004, 207) sitt forslag til klassifisering³⁵ av markedstyper basert på denne indeksen er dette for høyt til at markedet har fri konkurranse. Man kan naturligvis diskutere om kommune er et riktig geografisk mål på et marked, men direkte urealistisk er det ikke. Siden markedet begrenses av takstmannen reiseavstand til takseringsobjektet og behovet for kjennskap til markedsforholdene i et område virker det like realistisk som noe annet geografisk mål. I kommuner som både er store i utstrekning og har høyt folketall vil det naturligvis kunne dannes lokale markeder innen kommunegrensene. I tillegg er det heller ingen spesiell grunn til at markedets grenser skal være identiske med den enkelte kommunes grenser. En takstmann kan like gjerne operere halve Tvedestrand kommune og halve nabokommunen som å holde seg til en av kommunene. Det eneste vi kan si med relativt stor grad av sikkerhet er dermed at konsentrasjonen på tilbudssiden i disse markedene er varierende. Med tanke på modellvalg gjør ikke markedsstrukturen oss ikke i stand til noe annet enn å utelukke monopol som markedsform.

³⁵ Det presiseres at dette kun er et forlag (Besanko m.fl. 2004)

Inngangsbarrierene i dette markedet er noe lavere enn i markedet for eiendomsmeglertjenester. Det er ingen offentlige krav eller sertifiseringsordning slik det er for eiendomsmeglerne, men bransjeorganisasjonenes sertifiseringskrav vil sannsynligvis bidra til å begrense tilgangen på markedet noe. Likevel er det realistisk å anta at det finnes mange potensielle inntrengere, eksempelvis ingeniører og byggmestere, som kan entre markedet hvis det byr seg profittmuligheter.

Jeg vil anta at konkurrerende takstmenn tilbyr perfekte substitutter. En slik antagelse kan begrunnes med at jeg kun ser på produktet *verditakst*, der det er svært begrensede differensieringsmuligheter. I tillegg viste jeg i kapittel 4 at etterspørselen etter verditakst er homogen i den betydning at alle meglere med faste provisjonssatser ønsker en relativt høy verditakst.

Oppsummert betyr dette at konkurransen mange steder er hard, men at en frikonkurransmodell ikke passer like bra overalt. Derfor virker det hensiktsmessig å se på likevekten både i en modell for fri konkurranse og i en oligopolmodell. For markeder med en oligopolstruktur vil jeg benytte en Bertrandmodell, som den beskrevet i kapittel 3. Cournotmodellen er i utgangspunktet uaktuell fordi dette ikke kan sies å være en næring der kvantum er en strategisk variabel. Dette er tilfelle i næringer der det eksisterer kapasitetsbegrensninger og aktørene står overfor bratte grensekostnadskurver. (Sørgard 1997, 97) En takstmann eller et takseringsfirma kan utvide kapasiteten ved å ansette flere medarbeidere, noe som verken krever store investeringer eller fremstår som spesielt tidkrevende. Dermed antar jeg at det i markeder som analyseres med Bertrandmodellen er mulig for hver enkelt takstmann eller takseringsfirma å betjene hele markedet. En slik antagelse vil sannsynligvis være urimelig i enkelte tilfeller. Jeg kommer tilbake til hvilke.

5.1.3 Takstmannens tilpasning

I de lokale markedene der det er fri konkurranse er takstmannen pristaker, og tilpasningen vil bli som i modellen for fri konkurranse fra kapittel 2. Modellen i kapittel 2 antar kun variable kostnader, slik at tilpasningen på kort og lang sikt blir den samme. Dette er rimelig siden arbeidskraft må kunne sies å være den viktigste innsatsfaktoren, samt at den ikke kreves investeringer av betydning for å drive med taksering. Frikonkurransetilpasningen blir

$$\frac{\partial \pi^T}{\partial Q_i} = P_i - C_i'(Q_i) = 0 \Rightarrow P_i = MC_i \quad (5.2)$$

Med tilnærmet full frihet til å endre innstasfaktoren (i.e. arbeidskraft) er grensekostnaden lik marginalkostnaden, og i likevekt vil takstmenn i markeder med fri konkurranse ikke tjene noe profitt. Jamfør betraktningene over vil Oslo og Bergen kunne tjene eksempler på markeder der aktørene vil tilpasse seg som i (5.2).

I lokale markeder som kan beskrives som oligopol vil Bertrandmodellen gi en mer realistisk modellering av konkurransen. Likevel, Bertandparadokset fører til at pristilpasningen blir den samme som under fri konkurranse. I Bertrandmodellen med homogene produkter, beskrevet i kapittel 2, vil aktører i oligopolmarkeder med n konkurrenter ha følgende tilpasning:

$$\pi^T = \frac{(P_i - c_i)D(P_i)}{n} \quad (5.3)$$

Fra kapittel 2 vet vi at dette blir resultatet siden den enkelte takstmann vil underby sine konkurrenter marginalt for å kunne trekke inn profitten for hele markedet. Hvis alle takstmenn handler på denne måten vil det være en Nash-likevekt at alle setter pris lik grensekostnad. Med kun variable innsatsfaktorer er marginalkostnaden lik grensekostnad, og takstmennene vil heller ikke her tjene noe profitt.

Det kan imidlertid stilles spørsmålsteget til forutsetningen om at alle aktører har kapasitet til å dekke hele markedet alene. Det kan derfor tenkes at det i relativt store oligopolmarkeder, som for eksempel Arendal, eksisterer kapasitetsbegrensinger. En takstmann eller takseringsfirma som i utgangspunktet kun betjener 10 prosent av markedet vil kanskje ha problemer med å umiddelbart betjene hele markedet dersom den senker prisen marginalt under sine konkurrenter. En mulig årsak til dette kan være at den enkelte takstmann ikke har ressurser til for eksempel å drive rekruttering som tidobler antall ansatte på kort tid. Dette taler for at Cournotmodellen kunne vært brukt i enkelte lokale markeder. Cournot-konkurranse er en mindre aggressiv konkurranseform enn Bertrand- og fri konkurranse, og det er mulig for bedrifter å tjene profitt i slike markeder. (Sørgard 1997, 95)

Det er også viktig å huske at Bertrandmodellen (og Cournotmodellen) er en statisk modell (i.e. bedriftene møtes i markedet én gang). Jeg vil introdusere dynamisk konkurranse mellom takstmenn senere i dette kapittelet.

5.2 Maktforholdet mellom meglere og takstmenn

Meglers maktposisjon overfor takstmannen vil bidra til å styrke argumentasjonen videre i dette kapittelet. Jeg ser her kort på noen av årsakene et slikt maktforhold kan tenkes å eksistere. Utgangspunktet den delen av Porter (1980) sitt Fem Krefter-rammeverk som omhandler kunders forhandlingsmakt. På grunn av behovet for å skaffe til veie informasjon ved en bolighandel kan takseringstjenester sees på som en innsatsfaktor i produksjonen av eiendomsmeglerstjenester. I kapittel 3 slås det fast at eiendomsmeglerne er takstmannens viktigste kunde. Dette betyr at takstmannen løper en risiko for å tape store inntekter dersom han ikke når opp i konkurransen med andre takstmenn om denne kundegruppen.

Når det gjelder maktfordelingen mellom bransjene her jeg for det første vist at den *relative konsentrasjonen av konkurrenter*³⁶ er forskjellig. Det betyr at kunden kan ha større innflytelse over pris og kvalitet enn hvis markedsstrukturen var lik. Dette teller til eiendomsmeglers fordel. For det andre vil det være slik at hver megler kontinuerlig vil kjøpe takseringstjenester for å kunne profilere boligene de har til salgs. Dette kan tolkes som et *stort innkjøpsvolum*. Siden tjenester ikke kan lagres er det riktignok ikke snakk om store volum i tradisjonell forstand, altså at mange enheter kjøpes samtidig, men heller om hyppig gjenkjøp. Jeg kommer tilbake til konsekvenser av gjenkjøp i neste avsnittet om dynamisk konkurranse. En faktor som er egnet til å begrense meglers kundemakt er *mangelen på substitutter* for takseringstjenester. Takstmannens produkt er unikt på den måten at det er informasjon fra en utenforstående part, med teknisk kompetanse. Selger kan naturligvis bidra med informasjon, men vil åpenbart ha insentiver til å være selektiv i sin fremskaffelse av informasjon. Men samtidig er det ingen krav om at takst skal hentes inn når en bolig skifter eier. Derfor vil ikke mangel på substitutter føre til spesielt uelastisk etterspørsel. *Mulighet for prisdiskriminering* nevnes av Besanko m.fl (2004) som en faktor som kan begrense kunders forhandlingsmakt. Men prisdiskriminering er ikke mulig i markeder der tilbyderne ikke har markedsrett.³⁷

³⁶ Punktene her er identiske med de fra Besanko m.fl. (2004) i kapittel 2.

³⁷ Se Pindyck og Rubinfeld (2001, kapittel 11) for en forklaring av grunnlaget for prisdiskriminering.

Den sterke konkurransen blant takstmenn gjør det vanskelig for en enkelt takstmann å kreve pris høyere enn marginalkostnad. Når det samtidig er slik at takstmannens kunder er store relativt til takstmannen selv vil det være langt mer skadelig for takstmannen å gå glipp av et oppdrag enn for en megler å miste en takstmann som leverandør. Dette gir megleren et godt utgangspunkt i prisforhandlinger, og er egnet til å holde profitten nede i takseringsmarkedet. Som jeg viser nedenfor er eiendomsめglere interessert i å presse takstmannen også på andre variabler enn pris. Nærmere bestemt kan forhandlingsmakt som skyldes at takstmannen har store kunder få ham til å justere taksten på kundens oppfordring, noe som hevdes blant annet av Smolen og Hambleton (1997).

5.3 Dynamisk konkurranse i markedet for takseringstjenester

I dette avsnittet kobles konklusjonen fra kapittel 4 til markedssituasjonen beskrevet over. Dette gjøres ved å se på hva som skjer når takstmenn måtes gjentatte ganger i Bertrandmodellen. Men først ser jeg på sammenhengen mellom takstmannens kostnader og nivået på verditaksten.

5.3.1 Kostnader ved å sette høy verditakst

I kapittel 4 ble det slått fast at meglere ønsker en relativt høy verditakst. Jeg kalte denne taksten T_{max} . Vil det ha noen kostnadmessige konsekvenser for takstmannen å sette en slik takst, sammenliknet med den taksten som anses å være en korrekt verdi på takseringsobjektet? Siden det ikke kreves fra noe hold at takstmannen henter inn dokumentasjon for å forsvare verditaksten påløper det ikke økte direkte kostnader for takstmannen i form av økt arbeidsinnsats eller liknende. I kapittel 3 viste jeg videre viste at risikoen for at en slik oppjustering av taksten vil få rettslige konsekvenser for takstmannen minimale, med mindre justeringen er meget stor. En grense for rimelig justering vil, etter domsavgjørelser på området å regne, være langt utenfor det omtalte takstmannens spillerom fra kapittel 4. Dermed er det juridisk sett risikofritt for takstmannen å sette T_{max} .

Risiko for å bli dømt, eksempelvis for å ha utvist uaktsomhet, kan omregnes til kostnader siden straff i form av bøter eller fengsel vil få økonomiske konsekvenser³⁸. Dermed er det også kostnadsfritt for takstmannen å etterkomme meglers ønske om T_{max} .

³⁸ Sammenhengen mellom straff og økonomiske insentiver er introdusert av blant andre Becker (1968).

5.3.2 Tilbake til eiendomsmeglers preferanser

I kapittel 4 viste jeg at eiendomsmeglers profitt kan uttrykkes slik:³⁹

$$\pi^M = [\alpha(\bar{P}(T))]Q - c(Q) \quad (5.4)$$

I tillegg viste jeg at meglers profitt var maksimert med hensyn på T når $T = T_{max}$. På grunn av vanskeligheten med å definere T_{max} i forhold til en tenkt korrekt verdi vil jeg nøye meg med å si anta følgende:⁴⁰

$$\text{Korrekt takst} < T_{max} \quad (5.5)$$

En eiendomsmegler på jakt etter en takstmann vil ha et problem med å finne den takstmannen som kan tilby den verditaksten som maksimerer hans profitt. Årsaken til det er at takseringstjenester er *erfaringsprodukter* og megler kjenner ikke uten videre kvaliteten på takseringstjenesten før den er utført.

Kvaliteten på takseringstjenesten er gitt ved nivået på verditaksten. Denne påvirker meglers inntekter. Prisen på takseringstjenesten antas å være opplyst av takstmannen og dermed observerbar i markedet. Denne inngår også i meglers profittfunksjon, men gjennom kostnadssiden. Tabell 5.2 oppsummerer forhold ved verditaksten som er relevante for meglers valg av takstmann.

Tabell 5.1: Eiendomsmeglers preferanser for verditakst

	Pris	Kvalitet
Variabel	Prisen på takseringstjenesten (P_t)	Nivået på verditaksten (T)
Ex ante observerbar	Ja	Nei
Meglers preferanse	Lav	T_{max}
Fastsettelse	Bestemmes i markedet	Bestemmes av takstmann

³⁹ Der $\bar{P} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n P_i$

⁴⁰ Begrepet *korrekt takst* er definert i kapittel 4.

Meglernes preferanser, nærmere bestemt avveiningen mellom pris og kvalitet, vil avhenge av økningen i profitt som følge av lavere pris på takseringstjenesten sammenliknet med de økte inntekter en gunstig verditakst medfører. Formelt snakker man da om nytteendringen som følge av en endring i T , som via P endrer inntekter, relativt til en endring i P , som påvirker c i (5.4). Et interessant studium kunne vært å avdekke slike preferanser ved, for eksempel, å beregne en nyttekurve. Det er imidlertid ikke nødvendig i denne sammenhengen, for som jeg nå skal vise vil det alltid være takster med topp kvalitet i markedet, til en pris lik takstmannens grensekostnad.

5.3.3 Gjenkjøp gjør takstmannens rykte viktig

Jeg har nå trukket inn muligheten for at takstmenn kan tilby produkter av ulik kvalitet. Det kunne derfor vært mulig å analysere konkurransen mellom takstmenn med en Bertrandmodell med differensierte produkter eller en modell for monopolistisk konkurranse. Problemene med å angripe situasjonen slik er at det i realiteten fortsatt er homogen etterspørsel (i.e. alle eiendomsmeglere ønsker T_{max}) samt at takstmenn kan tilby høy kvalitet kostnadsfritt. Ergo vil det alltid være høykvalitetstakster i markedet, og alle eiendomsmeglere vil foretrekke slike takster fremfor mer korrekte takster med samme pris. Fravær av inngangsbarrierer i markeder med fri konkurranse og ubegrenset kapasitet for takstmenn i markeder med Bertrandkonkurranse gjør at det ikke er mulig å selge takseringstjenester til lavere kvalitet enn T_{max} uten å få negativ profitt. Samvittighetsfulle takstmenn vil da enten forsvinne ut av markedet eller handle mot sin etiske overbevisning og etterkomme meglers ønsker.

Dette forutsetter imidlertid at eiendomsmeglere er i stand til å identifisere de takstmenn som setter T_{max} . I et engangsspill har det ingenting å si hva slags kvalitet som gis. Beveger man seg ut av det statiske rammeverket, og anvender det dynamiske rammeverket⁴¹ jeg konstruerte i avsnitt 2.2.2, blir dette mulig. Dersom konkurrerende takstmenn møtes flere mange ganger i et marked der meglerne i hver periode t velger den takstmannen som i perioden $t - 1$ satte T_{max} , vil takstmenn stå overfor to handlingsalternativer i periode t :

⁴¹ Dette er konstruert for å passe til anvendelsen i markedet for takseringstjenester. Antagelsen om at det var lik kostnad knyttet til å gi lav og høy kvalitet fremstår ikke lenger like abstrus.

Alternativ 1:

Sette $T < T_{max}$ i periode t .

Dette vil i periode t gi profitt som i 5.1.2, men i periode $t + 1$ vil ingen ønske å kjøpe tjenester av denne takstmannen, og han vil miste all omsetning.

Resultat: $\pi^T = (P_t - c_t)Q_t$

Alternativ 2:

Sette $T = T_{max}$ i periode t og alle etterfølgende perioder.

Her er det mulig for takstmenn å holde seg i markedet. Profitten i perioden t og i alle etterfølgende perioder vil bli som utfallet i 5.1.

Resultat: $\pi^T = (P_t - c_t)Q_t(1 + \delta + \delta^2 + \delta^3 + \dots) = \left(\frac{(P_t - c_t)Q_t}{1 - \delta}\right)^{42}$

Her er δ en diskonteringsfaktor gitt ved:

$$\delta = \frac{1}{1 + r},$$

der r er diskonteringsrenten.

Dette betyr at takstmannens alternativ 2 vil være minst like gunstig som alternativ 1, og at så lenge $r < 1$ (i.e. fremtidige inntekter har verdi) vil alternativ 2 alltid være å foretrekke.

Dermed vil det ikke være rom i markedet for takstmenn som ikke setter takster i tråd med meglers ønsker. Dette er analogt med Nash-likevekten (S^H, S^H) i payoff-matrisen fra kapittel 2.2.2.

En alternativ tilnærming kunne her vært å si at det også finnes meglere med degressive provisjonssatser, som beskrevet i Appendiks 1. En konsekvens av det kunne ha vært at slike meglere ville ønske en takst i retning av T_{min} ⁴³ for å maksimere profitt. Dermed hadde man hatt heterogen etterspørsel, og det ville blitt mulig å differensiere produkter i markedet for takseringstjenester. Dette resonnementet er unødvendig for å svare på problemstillingen i denne utredningen⁴⁴, men det vil kunne illustrere at meglere som ønsker lave takster også kan få tak i slike.

⁴² Formel for uendelig geometrisk rekke: $\frac{1}{1 - \delta} = \sum_{t=0}^{\infty} \delta^t$

⁴³ T_{min} er definert i figur 4.3 i kapittel 4.

⁴⁴ Utredningen spør kun om verditakster kan forventes å være nøytrale og objektive verdsettelsler.

5.4 Oppsummert om konkurransen mellom takstmenn

I dette kapitlet har jeg vist at konkurransen mellom takstmenn er relativt hard.

Takseringstjenester er erfaringsprodukter, og med hard konkurranse det blir viktig å tilby den type takster som eiendomsmeglerne ønsker. Siden det er kostnadsfritt å tilby slike takster blir det mulig for eiendomsmeglere å kjøpe akkurat den type takst de ønsker. Den mer kvalitative analysen av maktforholdet mellom megler og takstmann (pkt. 5.2) underbygger også denne konklusjonen.

6. Konklusjon og noen implikasjoner

Utredningens siste kapittel konkluderer i forhold til problemstillingen. I tillegg ser jeg her på noen implikasjoner av denne konklusjonen, samt på hvordan man i videre studier kunne ha utvidet analysen.

6.1 Konklusjon

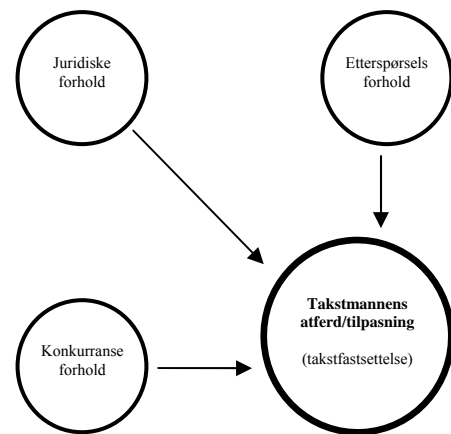
I innledningen definerer jeg følgende problemstilling:

Medfører takstmannens økonomiske relasjon til eiendomsmegler at verditaksen ikke kan forventes å være en nøytral og korrekt verdsettelse?

For å svare på dette har jeg sett på hva slags verditakster eiendomsmeglere etterspør og på om konkurransen mellom takstmenn kan føre til at meglerne kan få tak i nettopp slike verditakster. I kapittel 4 viste jeg at eiendomsmeglere, for å oppnå høyest mulig pris på boligene de selger, ønsker verditakster som er høyere enn hva en nøytral verdsettelse skulle tilsi. Dermed er det påvist en faktor på takstmannens etterspørselsside som skaper grunnlag for oppblåste verditakster. I kapittel 5 viste jeg at profittmaksimerende takstmenn vil sette slike verditakster som meglerne vil ha for ikke å tape konkurransen om oppdrag. Her kom det blant annet frem at mangelen på juridisk ansvar gjør at takstmannen har svært lite å tape på å sette nøyaktig den taksten megler vil ha. Den optimale verditaksten er begrenset oppover av at takstmannen kun har et begrenset kunnskapsovertak på kjøpere og selgere av bolig.

Dette indikerer at verditakster som avgis i forbindelse med salg av private boliger er høyere enn hva en nøytral og korrekt verdsettelse skulle tilsi, og svaret på problemstillingen er dermed klart. Analysen viser at verditaksten ikke er til å stole på dersom den avgis i den hensikt å anslå en verdi på en bolig som skal selges gjennom en eiendomsmegler.

Figur 2.4 (Repetert): Forhold i takstmannens omgivelser



Forutsetningen om takstmansens kunnskapsovertak på publikum og hans tillit hos boligkjøperne fremstår helt avgjørende for denne konklusjonen, men når man observerer den utstrakte bruken av takstmenn ved salg av bolig er det riktignok ingen urealistisk forutsetning. Det er lite sannsynlig at takstmenn ville blitt bruk i det hele tatt dersom de ikke hadde hatt noe tillit hos publikum. Uten tillit ville takstmannen kun vært en fordyrende faktor i private boligtransaksjoner og hadde ikke tjent noen annen hensikt.

Et forhold jeg ikke har tatt hensyn til i denne utredningen er at takstmenn kan tenkes å være samvittighetsfulle og sette nøytrale takster selv om det i ytterste konsekvens kan bety at de må legge ned virksomheten. Det er naturligvis mulig at noen takstmenn er samvittighetsfulle, men så lenge noen takstmenn er villig til å etterkomme eiendomsmeglers ønsker om høy takst vil samvittighetsfulle takstmenn miste salg og forsvinne ut av markedet. Undersøkelser jeg har referert til viser at mange takstmenn faktisk endrer sine verdsettelse på oppdragsgivers oppfordring.

Til slutt skal det sies at etterspørselen etter høye takster blant annet skyldes prisstrukturen i eiendomsmeglerbransjen. I tilfeller med fastpris, timepris, progressive provisjonssatser eller andre vederlagsformer vil konklusjonene kunne bli annerledes. Det er konseptet med provisjonsbasert vedlag som skaper etterspørsel etter høye verditakster. Dette skjer fordi provisjon medfører sammenfallende interesser mellom selger, megler og takstmann hva gjelder takstverdi.

6.2 Implikasjoner

Som informasjonskilde kan en objektiv og kvalifisert takstmann spille en viktig rolle i boligtransaksjoner. Derfor er det er åpenbart ugunstig at man ikke kan stole på verditaksten. Jeg ser her kort på noen generelle implikasjoner, men også på hva som kan eller bør gjøres for å unngå at takstmenn tvinges til å taksere slik eiendomsmegler vil.

6.2.1 Generelt

For det første innebærer konklusjonen at brukere verditaksten bør være kritisk til denne, og dette gjelder boligkjøpere mer enn noen andre. For høye takster kan føre til at kjøpere betaler for mye for boligene. Dette kan bli et problem for den enkelte kjøper, men man kan også se for seg at det på sikt kan påvirke markedsprisen for boliger. Siden takstmenn tar utgangspunkt i tidligere salgspriser på sammenlignbare salgsobjekter når de taksere kan kontinuerlig

overvurdering føre til kunstig høye boligpriser. Når det forekommer korreksjoner i boligprisen vil disse da kunne bli større enn om ikke takstmannen hadde hatt insentiver til å overvurdere pris. Slike store prissvingninger kan åpenbart få store makroøkonomiske konsekvenser i form av blant annet gjeldskrise og fall i konsum som følge av prisfall på eiendeler.

6.2.2 Hva kan gjøres?

Siden verken forbrukerproblemer eller makroøkonomiske svingninger uten realøkonomisk fundament er ønskelig fra noe synspunkt,⁴⁵ bør tiltak iverksettes for å unngå de forhold som medfører at verditaksten ikke er til å stole på. Jeg ser her kort på fem forslag til tiltak fra myndighetenes side:

1. *Fjern takstmannen.* Dette er det mest radikale og sannsynligvis minst realistiske forslaget. Man vil naturligvis unngå problemet med for høye takster men man vil samtidig miste muligheten til å benytte en fagkyndig aktør til å vurdere boliger som skal selges. Det er også vanskelig å se for seg hvordan myndigheten skal gjøre dette i praksis.
2. *Innfør mellomledd.* Boligtakstutvalget redegjør forholdet mellom takstmann og megler i Danmark. Her har myndighetene pålagt eiendomsmeglere å gå igjennom et forsikringsselskap for å hyre inn takstmann. Dermed er det ikke kontakt mellom den enkelte takstmann og megler, og man vil på denne måten unngå at takstmenn må bygge seg opp et rykte for å få oppdrag. En av ulempene her er at et slik mellomledd vil øke transaksjonskostnadene ved omsetningen av bolig.
3. *Gi takstmannen juridisk ansvar.* Hvis takstmannen kunne blitt stilt til ansvar for sine vurderinger utover i de tilfeller der det blir utvist uaktsomhet, hadde det vært kostnader knyttet til å avgi gale verditakster. Det kunne fått profittmaksimerende takstmenn til å sette riktige takster. Problemet her ligger i innslaget av skjønn i beregningen av verditakst. Dette ville gjort håndhevelse vanskelig. Derfor måtte dette tiltaket blitt kombinert med at takstmannen kun avlegger en rapport om etterprøvbare

⁴⁵ Muligens smed unntak av meglere, som vil kunne tjene kortsiktig profitt på overprising.

tekniske og juridiske forhold ved den enkelte bolig, og ikke gir noen verdivurdering. Dette blir analogt med det som i kapittel 3 ble beskrevet som en tilstandsrapport.

4. *Selger velger takstmann.* Hvis den enkelte boligselger hyrer inn takstmann uten meglers innblanding vil også problemet kunne løses. Gjentatte salg av takseringstjenester til samme kunde ville da tilhørt sjeldenhetene, og takstmenn ville ikke i samme grad være avhengig av sitt rykte.
5. *Forby provisjon.* Et forbud mot provisjonsvedelag for megler vil også kunne løse problemene. Samtidig ville det blir rimelig å kalle megler en nøytral mellommann mellom kjøper og selger, noe han i dag ikke er. NOU 2006:1 (140) tar opp spørsmålet om meglers vederlag bør lovreguleres, men flertallet kommer til at det bør være avtalefrihet på området, med de fordeler det fører med seg. Det skal på den annen side nevnes at danske myndigheter har lovregulert hvordan meglerne kan få ta sitt vederlag, (ibid, 141) noe som viser at slik regulering er mulig. Selv om det er vanlig med provisjonsvederlag i de fleste meglerbransjer (ibid) (i.e. aksjer, forsikring osv.), er det enklere å forsvare offentlig inngripen i avtalefriheten i eiendomsmeglerbransjen. Dette er fordi partene i en bolighandel ikke er profesjonelle aktører, og vil i mange tilfeller ha manglende informasjon om salgsobjektet. Slik informasjonsmangel understreker viktigheten av både eiendomsmeglerens og takstmannens rolle som objektive informasjonskilder. Full informasjon er avgjørende for å unngå feilprising.

Bedre opplæring og strengere faglige krav til takstmenn vil ikke løse disse problemene. Det virker urealistisk at et slikt tiltak skal endre takstmannens økonomiske insentiver.

6.3 Videre studier

Konklusjonen i denne utredningen er relativt dramatisk og bør derfor undersøkes nærmere. I tillegg kan blant andre følgende studier være av interesse:

- Undersøkelse av publikums tillit til takstinformasjon. Med denne utredningens terminologi betyr det å studere takstmannens spillerom og effekten av T på P .
- En vurdering av den kausale sammenheng mellom takst og omsetningspris på boliger.
- En kvalitativ studie av forholdet mellom eiendomsmeglere og takstmenn i retning av arbeidet til Kinnard og Lenk (1997).

I tillegg kan man videreføre argumentene i denne utredningen til å gjelde takstmannens relasjon til andre oppdragsgivere med ønsker om en spesiell verditakst. Eksempler er:

- Forsikringselskaper som vil minimere skadeutbetalinger.
- Familier som vil minimere verdien på arv.
- Selgere av lån og lånetakere som ønsker høye takster for å kunne rettferdiggjøre ytterligere opplåning med takseringsobjektet som sikkerhet.

Appendiks: Progressiv og degressiv provisjonssats

For meglere som opererer med en delt provisjonssats av typen nevnt i delkapittel 3 vil konklusjonene kunne bli annerledes enn slik jeg har vist over. Enkelte meglere bruker en prisstruktur der det tas en lav provisjonssats opp til verditakst og en høy sats over takst. Hvis forskjellen mellom disse er tilstrekkelig stor vil det kunne svekke meglers insentiver til å oppnå høyest mulig pris på boligen, siden det er den delen av salgssummen som overskyter verditaksten som genererer størsteparten av inntektene. I ekstreme tilfeller⁴⁶ kan man se for seg at $\partial\pi^M/\partial T$ blir negativ, og en takst i retning av T_{min} kan bli å foretrekke. I et slikt tilfelle vil konklusjonen om at megler ønsker høy verditakst åpenbart bli utfordret. Likevel, gitt ønske om profittmaksimering, vil verditaksten fortsatt være en variabel i meglers profittfunksjon, og megler vil ha ulike preferanser for forskjellige verdien på denne.

Degressive provisjonssatser er også i bruk. En prisstruktur der megler tar en høy provisjon opp til verditakst og en lav provisjon over vil ikke endre konklusjonen i dette kapitlet. Ønsket om å få taksert et salgsobjekt relativt høyt vil da kunne forsterkes, siden en relativt større del av inntekten vil komme fra beløpet under verditakst.

⁴⁶ Eksempelvis hvis provisjonssatsen er 0 for beløp under beløpet som deler den lave og den høye satsen.

Referanser

Baum, A., N. Crosby, P. Gallimore, P. McAllister and A. Gray (2000) *The influence of valuers and valuations on the workings of the UK property investment market*. London: Investment and Property Forum, RICS, Jones Lang LaSalle.

Becker, G. S. (1968) Crime and Punishment: An Economic Approach. *Journal of Political Economy* **76**, 199-217.

Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M. and Schaefer, S. (2004) *Economics of Strategy* 3. utgave. USA: Wiley

Boligtakstutvalgets rapport (2005). Oslo: Barne- og familiedepartementet.

Bråthen, Tore og Margrethe Solli (2004) *Eiendomsmegling i praksis Del 1*. 2. utgave. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund

Kinnard, William N., Lenk, Margarita M., Worzala, Elaine M (1997) Client pressure in the commercial appraisal industry: How prevalent is it? *Journal of Property Valuation & Investment* **15**

Lov om eiendomsmegling, Norges Lover.

Milgrom P. og J. Roberts (1986) Price and advertising signals of product quality. *Journal of Political Economy* **94**, 796-821.

NOU 2006:1 Eiendomsmegling

Pindyck, Robert S. og Daniel L. Rubinfeld (2001) *Microeconomics* 5. utgave. USA: Prentice Hall.

Porter, Michael E. (1980) *Competitive strategy* New York: Free Press.

Rettens Gang (1992)

Rettstidende (2001)

Rochet, Jean-Charles og Jean Tirole (2003) Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association* 990–1029

Smolen, Gerald E., Hambleton, Donald C. (1997) Is the real estate appraiser's role too much to expect? *The Appraisal Journal* **65**

Sørgard, Lars (1997) *Konkurransestrategi – eksempler på anvendt mikroøkonomi*. Bergen: Fagbokforlaget.

Takstmannsskolen, Norges Eiendomsakademi AS:

Del 1: Generelt om taksering, av Helge Jensen (2005)

Del 2: Takseringsobjekter, av Bjørn Haugen (2005)

Del 5: Oppdragstyper, av Helge Jensen (2005)

Del 9: Takseringsmetoder, av E. H. Larsen, H. Jensen, B. Haugen og P. Skoglund (2003)

Del 13: Ansvarsforhold, av Ståle Arvesen (2004)

Tirole, Jean (1988) *The Theory of Industrial Organization* Massachusetts: The MIT Press.

Weigelt, Keith og Colin Camerer (1988) Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications. *Strategic Management Journal* 9, 443-454.

Internettreferanser: (samtlige tilgjengelige pr 25.6.2006)

aftenposten.no:

URL:<http://www.aftenposten.no/forbruker/bolig/boligmarkedet/article1204987.ece?service=print>

bt.no:

URL:<http://www.bt.no/palm/index.jsp?view=art&articleId=252035>

canon.no:

URL:http://www.canon.no/Images/85_243383.pdf

dagbladet.no:

URL:<http://www.dagbladet.no/dinside/2002/02/24/315249.html>

URL:<http://www.dagbladet.no/dinside/2002/02/25/315426.html>

dinside.no:

URL:<http://www.dinside.no/php/art.php?id=114825>

dn.no:

URL:<http://www.dn.no/finans/obi/article483428.ece>

forbruker.no:

URL:<http://forbruker.no/bolig/boligmarkedet/article1054329.ece>

georg-solberg.no:

URL:<http://www.georg-solberg.no/Pages/Omoss.aspx?ArtId=95&ArtParent=27>

haugesund.kommune.no:

URL:<http://www.haugesund.kommune.no/cgi-bin/haugesund/imaker?id=39397>

nito.no:

URL:http://nito.no/templates/Page_____23624.aspx

nrk.no:

URL:http://www.nrk.no/programmer/tv/fbi/din_okonomi/575323.html

ntf.no:

URL:<http://www.ntf.no/new/content/default.asp?Action=EasySearch&nTopDomain=24&nDomain=24&nNews=>

sparebankforeningen.no:

URL:http://www.sparebankforeningen.no/asset/187/1/187_1.ppt#299,10,Lysbilde 10

ssb.no:

URL:<http://www.ssb.no/folkemengde/>