



# Skatte- og konkurransemessige utfordringer i delingsøkonomien

*En studie av Airbnb*

**Jørgen Tvedt Monsen og Preben Holme Gundersen**

**Veileder: Guttorm Schjelderup**

Masterutredning i Finansiell økonomi og Økonomisk styring

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer innestår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

## Sammendrag

Delingsøkonomien har vært gjenstand for bemerkelsesverdig vekst i nyere tid. Delingskonseptet omfatter en rekke økonomiske aktiviteter som via en plattform tilrettelegger for effektiv kommunikasjon mellom tilbydere og etterspørrere av underutnyttede ressurser. Gjennom å forsyne overnattingsmarkedet med personers ledige kapasitet av boenheter, har Airbnb blitt en verdensledende delingsaktør. Fremveksten av delingsøkonomien har bidratt til inntektsmuligheter for tilbydere, samtidig som de utfordrer tradisjonell næringsvirksomhet. Digitale delingstjenester har belyst at dagens skattesystem ikke er tilrettelagt for delingsøkonomien. Utredningens formål er å besvare i hvilken grad skatteprovenyet innen overnattingsmarkedet berøres av Airbnbs innvirkning på markedets dynamikk, som i dag primært består av tradisjonelle aktører. Dette vil presenteres gjennom analyser av Airbnb.

Utredningen avdekker at skatteprovenyet i overnattingsbransjen for 2016 øker som følge av utleieaktivitet på Airbnb. Dette innebærer at skatteprovenyet generert av personers inntekter fra Airbnbs delingsplattform er større enn selskapets negative innvirkning på hotellvirksomheters omsetning i overnattingsbransjen, med tilhørende skatteproveny. Beregning av skatteproveny fra personers inntekter via Airbnb benytter delingsøkonomiutvalgets foreslåtte regelendring.

Det avdekkes at OECDs forslagsendringer vedrørende fast driftsstedsvilkåret ikke vil påvirke Airbnbs skatteplikt. Dette impliserer at skattemyndigheter ikke har beskatningsrett på Airbnbs virksomhetsinntekter i Norge. Selskapets utnyttelse av skatteminimerende metoder kan medvirke til lavere effektiv skattesats enn hva tilfellet er for hotellvirksomheter. Manglende lokal skatteplikt kan således gi urimelige konkurranseforhold som er til fordel for Airbnb.

Utredningen avdekker videre at Airbnb har fremtredende positive nettverkseffekter, som kan forklare selskapets eksplosive vekst de siste årene. Overnattingsbransjen innehar et lønnsomhetspotensial, hvilket gjør det mulig for Airbnb å opparbeide seg betydelig markedsmakt. Nettverkseffektene i kombinasjon med urimelige konkurranseforhold vil kunne drive veksten fremover. Dette vil i stor grad kunne påvirke markedets dynamikk.

Vi konkluderer med at Airbnbs aktivitet i overnattingsbransjen medvirker til skatte- og konkurransemessige utfordringer. Implikasjonen er at skatteprovenyet i overnattingsmarkedet berøres i betydelig grad av Airbnbs innvirkning på markedets dynamikk. Utjevning av urimelige konkurranseforhold er kritisk. Det bør derfor utarbeides tiltak av respektive myndigheter før uheldige konkurransesituasjoner oppstår, som ex post er lite reverserbare.

## Forord

Denne utredningen er skrevet som en del av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole (NHH). Utredningen er skrevet med utgangspunkt i våre hovedprofiler Finansiell økonomi og Økonomisk styring. Arbeidet ble gjennomført våren 2017.

Ettersom delingsøkonomien er et høyst dagsaktuelt tema, både nasjonalt og globalt, bestemte vi oss for å skrive om delingsøkonomien ved Airbnb. Delingsøkonomiens vekst i senere tid har ledet til opphetede debatter verden over. Brukerne av delingstjenester er positive til delingsaktørers effektive ressursbruk, da det fører til økt konkurranse og således bedre produktvilkår. Tradisjonelle næringer er imidlertid svært kritiske og beskylder delingsaktørene for å undergrave statens skattefundament gjennom manglende lokal skatteplikt og skatteminimerende metoder. Hvorvidt anklagene har substans er uvisst, og dette fanget vår interesse. Videre ble vi inspirert at tidligere masterutredningen om delingsøkonomien, heriblant Thornes og Thuve fra 2015, og Finnevolden og Wangsness fra 2016.

Formålet med utredningen er å kunne presentere et mer helhetlig bilde av Airbnbs innvirkning på skattefundamentet til den norske stat, og at den bidrar til hvordan eventuelle utfordringer kan håndteres. Arbeidet med utredningen vært veldig spennende, lærerikt og utfordrende. Vi er begge av den oppfatning at vi har utviklet en rikere forståelse for delingsøkonomiens innvirkning på skattefundamentet og globale skatteforpliktelser. Vi håper at utredningen fanger leserens interesse og at den gir grunnlag for ytterligere debatt om delingsøkonomiens fremvekst i landet.

Vi ønsker å takke Skatteetaten for deres faglige innspill og assistanse vedrørende utredningens tallmateriale. Videre vil vi takke Easybnb ved Vegard Haveland for verdifull hjelp i starten av utredningen, og Airdna for anskaffelse av datagrunnlaget.

Til slutt ønsker vi å rette en stor takk til vår veileder Guttorm Schjelderup for motiverende ord, konstruktiv veiledning og raske tilbakemeldinger.

Bergen, Juni 2017

---

Jørgen Tvedt Monsen

---

Preben Holme Gundersen

# Innholdsfortegnelse

<b>SAMMENDRAG</b> .....	<b>2</b>
<b>FORORD</b> .....	<b>3</b>
<b>INNHOLDSFORTEGNELSE</b> .....	<b>4</b>
<b>1. INNLEDNING</b> .....	<b>6</b>
1.1 BAKGRUNN FOR TEMA OG PROBLEMSTILLING .....	6
1.2 KONKRETISERING AV PROBLEMSTILLING .....	7
1.3 AVGRENSNING(ER) MED OPPGAVEN .....	9
1.4 UTREDNINGENS STRUKTUR .....	9
<b>2. DEL 1: INNLEDNING</b> .....	<b>10</b>
2.1 PRESENTASJON AV DELINGSØKONOMIEN .....	10
2.2 PRESENTASJON AV AIRBNB .....	11
<b>3. RELEVANTE SKATTEREGLER</b> .....	<b>14</b>
3.1 DELINGSØKONOMIUTVALGETS FORSLAG TIL BESKATNING.....	15
3.2 BEREGNING AV ALMINNELIG INNTEKT I VIRKSOMHET .....	15
3.3 BEREGNING AV PERSONINNTEKT I VIRKSOMHET .....	16
3.3.1 Trygdeavgift og trinnskatt .....	17
3.4 MERVERDIavgift .....	18
3.5 DRØFTING RUNDT BESKATNINGSKLASSENE .....	19
3.5.1 Kapitalbeskatning for private skattytere .....	19
3.5.2 Næringsinntekt .....	19
<b>4. DEL 1 - SKATTEBEREGNINGER AV AIRBNB-AKTIVITET</b> .....	<b>21</b>
4.1 DATASETT .....	21
4.2 SKATTEBEREGNINGER GITT AV AIRBNB-AKTIVITET I NORGE .....	22
<b>5. SKATTEPROVENY GITT AV AIRBNB-AKTIVITET</b> .....	<b>23</b>
5.1 INNBETALT SKATT FRA AIRBNB-UTLEIE .....	23
5.2 STEG 1 .....	23
5.2.1 Omsetning og skattepliktig inntekt for privatpersoner .....	23
5.2.2 Omsetning og skattepliktig inntekt for næringsdrivende .....	25
5.2.3 Sammenligning av privatinntekt kontra næringsinntekt .....	25
5.3 STEG 2.....	26
5.3.1 Parameter for skille av næringsinntekt og privatpersoners inntekt, samt skattepliktig omsetning	27
5.4 STEG 3.....	28
5.4.1 Netto skattepliktig inntekt og skatt for privatpersoner .....	28
5.4.2 Netto skattepliktig inntekt og skatt for næringsdrivende .....	29
5.4.3 Totalt skatteproveny generert av personer via Airbnb.....	31
5.5 TAPT SKATT GITT AV AIRBNBS TILSTEDEVÆRELSE I MARKEDET .....	31
5.6 KVALITATIVE FUNN PÅ AIRBNBS INNVIRKNING PÅ TRADISJONELL OVERNATTINGSVIRKSOMHET	32
5.7 OMSETNINGSTAP KNYTTET TIL TRADISJONELL OVERNATTING .....	33
5.7.1 Direkte skattetape - tapt skatt av hotellomsetning .....	34
5.7.2 Indirekte skattetape - tapt skatt og avgift av lønn til sysselsatte .....	34
5.8 TOTALEFFEKT PÅ SKATTEPROVENYET I OVERNATTINGSBRANSJEN .....	36
5.9 KONKLUSJON DEL 1.....	37
<b>6. DEL 2: INNLEDNING</b> .....	<b>38</b>
6.1 INTERNASJONALE BESKATNINGSGREGLER.....	38
6.1.1 Utfordringer tilknyttet dagens internasjonale regelverk.....	39

<b>7.</b>	<b>BEPS PROSJEKTET I LYS AV MULTINASJONALE FORETAK.....</b>	<b>40</b>
7.1	ACTION 1 – SKATTEUTFORDRINGER I DIGITAL ØKONOMI.....	40
7.2	ACTION 7 – UTVIDELSE AV FAST DRIFTSSTEDSVILKÅRET .....	41
7.2.1	<i>Dybdegjennomgang av endringene i mønsteravtalen .....</i>	<i>42</i>
7.3	ACTION 15 - SKATTETRAKTATEN.....	43
7.3.1	<i>Konsekvenser av endringsforslagene for delingsaktører .....</i>	<i>44</i>
7.4	MINICASEANALYSER.....	45
7.4.1	<i>Transportmarkedet.....</i>	<i>45</i>
7.4.2	<i>Overnattingsmarkedet ved Airbnb .....</i>	<i>49</i>
7.4.3	<i>Oppsummering minicase-analyser av fast driftssted.....</i>	<i>51</i>
7.5	KONKLUSJON DEL 2 .....	52
<b>8.</b>	<b>DEL 3: INNLEDNING.....</b>	<b>53</b>
<b>9.</b>	<b>KONKURRANSEANALYSE.....</b>	<b>54</b>
9.1	TOSIDIGE MARKEDER.....	54
9.1.1	<i>Ensidig og tosidig multihoming .....</i>	<i>55</i>
9.2	AIRBNB SOM TOSIDIG MARKED .....	55
9.2.1	<i>Vil tosidige markeder gi Airbnb konkurransefordeler? .....</i>	<i>57</i>
<b>10.</b>	<b>BRANSJEANALYSE.....</b>	<b>60</b>
10.1	PORTERS FEM KONKURRANSEKREFTER - VERDIKAPRING.....	60
10.1.1	<i>Trussel fra inntrengere.....</i>	<i>61</i>
10.1.2	<i>Trussel fra substitutter .....</i>	<i>62</i>
10.1.3	<i>Leverandørens forhandlingsmakt.....</i>	<i>62</i>
10.1.4	<i>Kundenes forhandlingsmakt.....</i>	<i>63</i>
10.1.5	<i>Intern rivalisering .....</i>	<i>63</i>
10.2	KRITIKK AV PORTERS BRANSJEMODELL.....	64
10.3	LØNNSOMHETSTREET - VERDISKAPING.....	64
10.3.1	<i>Verdiskaping .....</i>	<i>65</i>
10.4	VERDIKAPRING I DEN NORSKE OVERNATTINGSBRANSJEN .....	67
10.4.1	<i>Trussel fra inntrengere.....</i>	<i>67</i>
10.4.2	<i>Trussel fra substitutter .....</i>	<i>72</i>
10.4.3	<i>Leverandørenes forhandlingsmakt.....</i>	<i>73</i>
10.4.4	<i>Kundenes forhandlingsmakt.....</i>	<i>74</i>
10.4.5	<i>Intern rivalisering .....</i>	<i>75</i>
10.5	VERDISKAPING I DEN NORSKE OVERNATTINGSBRANSJEN .....	78
10.5.1	<i>Verdiskaping per produktenhet.....</i>	<i>78</i>
10.5.2	<i>Antall produktenheter .....</i>	<i>82</i>
10.5.3	<i>Verdiskaping oppsummert.....</i>	<i>83</i>
10.6	KONKLUSJON DEL 3 .....	83
<b>11.</b>	<b>HOVEDKONKLUSJON .....</b>	<b>84</b>
	<b>APPENDIKS .....</b>	<b>86</b>
	<b>PRIMÆRKILDER: DIREKTE KOMMUNIKASJON .....</b>	<b>88</b>
	<b>LITTERATURLISTE .....</b>	<b>89</b>

# 1. Innledning

## 1.1 Bakgrunn for tema og problemstilling

Det økonomiske verdensbildet er i stor grad sentrert rundt det digitale makroskiftet (Storehaug, 2017, s. 353). Teknologiske fremskritt har de siste tiårene forårsaket en rekke fundamentale endringer i samfunnet og den økonomiske sfæren. Flere bransjer har opplevd radikale omstruktureringer og majoriteten av selskapene på Fortune 500-listen har blitt borte siden årtusenskiftet, som følge av disruptive innovasjoner (Skatteetaten, 2013). Delingsøkonomien representerer en slik innovasjon gjennom tilførselen av nye kilder til tilbudet i markedene, men også gjennom nye forretningsmodeller (NOU 2017:4, s. 7). Selve delingskonseptet har eksistert i flere hundre år, men det er høy adaptasjon av internett, avansert mobilteknologi og brukervennlige applikasjoner som har intensivert veksten av dagens delingsinspirerte forretningsmodeller. Kjernen i delingsøkonomien baserer seg på utnyttelse av ledig kapasitet i økonomien, og delingsaktører benytter i stor grad digitale delingsplattformer for å koble sammen tilbydere og etterspørrere.

Delingsøkonomien domineres i hovedsak av de to softwareselskapene Airbnb og Uber, som baserer seg på å forsyne markeder med ledig kapasitet av henholdsvis boliger og transportmidler (NOU 2017:4, s. 7). Aktørene har vært gjenstand for massiv vekst på verdensbasis og ble nylig samlet verdsatt til USD 99 milliarder (Stone, 2017). Dette til tross for at selskapene besitter svært få fysiske eiendeler.

Delingsøkonomiens eksplosive vekst de siste årene har avdekket at dagens skatteregelverk og reguleringer, både nasjonalt og globalt, ikke tar hensyn til de skatterettslige utfordringene som delingsøkonomien medbringer (Deloitte, u.d-a). Av den grunn oppnevnte regjeringen Solberg 4. mars 2016 et delingsøkonomiutvalg med mandat til å vurdere delingsøkonomiens muligheter og utfordringer (NOU 2017:4, s. 3). Majoriteten av boligutleien på Airbnb dreier seg om småskala korttidsutleie i egen bolig, som etter dagens skattefritakslikning i hovedsak vil resultere i skattefrie inntekter (NOU 2017:4, s. 19). Dette favoriserer inntektsgivende arbeid generert av Airbnb-aktivitet fremfor annen overnattingsvirksomhet, hvilket har potensial for å skape en konkurransevridning. Et av hovedforslagene i rapporten er direkte rettet mot utleie gjennom delingsplattformer, hvor det er foreslått nye regler knyttet til beskatning. Formålet med forslaget er å forhindre ulike konkurransevilkår mellom blant annet korttidsleie gjennom Airbnb og hotellvirksomhet. Hvilken effekt forslaget vil ha på

---

skatteprovenyet i overnattingsbransjen er usikkert, og det vil derfor undersøkes i denne utredningen.

Utvalget har ikke vurdert spørsmålet knyttet til selskapsskatt for plattformsselskapet Airbnb, da de mener at slik problematikk gjelder alle multinasjonale foretak (NOU 2017:4, s. 18). En tidligere masterutredning har konkludert med at Airbnb ikke betaler selskapsskatt i Norge (Thornes & Thuve, 2015). Utredningens funn har ikke blitt avvist av hverken Skatteetaten eller selskapet selv, hvilket forsterker funnets validitet. Rettmessig beskatning av multinasjonale foretak har i lengre tid vært gjenstand for global diskusjon (Deloitte, 2014). Som følge av dette initierte OECD i samarbeid med G20 landene prosjektet *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) i 2012. Formålet med prosjektet er å utarbeide et mer robust globalt regelverk for å hindre uthuling av statenes skattefundament og sikre at inntekter skatlegges der verdiskaping skjer (Deloitte, u.d-a). Rapporten som ble ferdigstilt i oktober 2015 inneholdt konkrete forslag til endringer gjennom 15 aksjonspunkter, og anerkjennes som de mest omfattende endringene i internasjonal beskatning noensinne (Deloitte, u.d-b; PwC, 2015). Vi ønsker derfor å utforske hvorvidt relevante endringsforslag i BEPS-prosjektet vil innebære at Airbnb må betale selskapsskatt i Norge.

Delingsøkonomiutvalget fremhever at mangelen på et tilpasset regelverk for delingsaktører som Airbnb, gir opphav til flere utfordringer (NOU 2017:4, s. 46). Etablerte aktører med skatteplikt til Norge risikerer å bli utkonkurrert dersom delingsaktører ikke er skattepliktige. Dette grunnet at markeder ikke er gjenstand for effektiv og likestilt konkurranse. Urimelig skattebehandling er imidlertid én av flere faktorer som utleder markedets dynamikk. Konsekvensene knyttet til urimelig skattebehandling er avhengig av hvilken posisjon Airbnb kan oppnå i overnattingsmarkedet. Dersom Airbnb innehar store nettverkseffekter, kan de raskt etablere seg som en betydelig aktør, hvilket kan medføre utøvelse av markedsrett og tendenser til monopolisering (NOU 2017:4, s. 10). Vi vil derfor undersøke om dette kan forekomme i overnattingsbransjen.

## 1.2 Konkretisering av problemstilling

Det ble i 2016 skrevet en masterutredning som presenterte skatteproveny gitt av Airbnbs omsetning i det norske overnattingsmarkedet (Finnevolden & Wangsness, 2016). Etersom delingsøkonomiutvalgets forslag innebærer lavere grad av fritaksligning og Airbnb har vært gjenstand for sterk vekst i Norge, forventer vi å avdekke et skatteproveny som er betydelig større enn i nevnte utredning. Videre forventes det at Airbnbs innvirkning på

overnattingsbransjen vil redusere innbetalt skatt fra hotellvirksomheter, da en tidligere studie har påvist negativ sammenheng mellom Airbnb-aktivitet og hotellomsetning (Jordet & Lehne, 2016). Det forventes også at totaleffekten på overnattingsbransjens skatteproveny påvirkes i negativ grad, ettersom hotellvirksomheter er profesjonelle aktører i motsetning til Airbnb-utleiery. Dette utfallet vil være et samfunnsproblem, da statens skatteinngang for finansiering av velferdsstaten reduseres. Vi har derfor formulert følgende delproblemstilling:

*I hvilken grad vil skatteprovenyet berøres av Airbnbs aktivitet i overnattingsmarkedet?*

Det forventes at relevante endringsforslag i BEPS-prosjektet vil ha liten innvirkning på Airbnbs skatteplikt til Norge, ettersom OECD foreløpig har utelatt utvidelsen av fast driftsstedsvilkåret til å omfatte signifikant økonomisk tilstedeværelse (OECD, 2015c, s. 7). Dette er presentert i BEPS-prosjektets første aksjonspunkt. Andre delproblemstilling er derfor følgende:

*I hvilken grad vil BEPS-prosjektets endringsforslag kunne berøre Airbnbs selskapsskatteplikt?*

Vi forventer også å finne at Airbnb har fremtredende nettverkseffekter, ettersom selskapet har utviklet seg til å bli en dominerende aktør innenfor delingsøkonomien. Store nettverkseffekter, sett i lys av bransjens lønnsomhetspotensial, forventes å gi som tilsier at Airbnb har sterk påvirkning på bransjens dynamikk. Dette begrunnes med selskapets høye globale vekstrate, deres potensielt enorme mengder tilbydere og velfungerende tillitsmekanismer (NOU 2017:4, s. 16). Tredje delproblemstilling er følgende:

*I hvilken grad vil Airbnb påvirke overnattingsmarkedets dynamikk?*

Dersom forventningene gitt ovenfor samstemmer med funnene i utredningen, forventes det at Airbnbs innvirkning på overnattingsmarkedets dynamikk vil være betydelig. Dette vil føre til at skatteprovenyet fra overnattingsmarkedet berøres i stor grad. Vi vil således kunne besvare følgende hovedproblemstilling:

***I hvilken grad berøres skatteprovenyet av Airbnbs innvirkning på overnattingsmarkedets dynamikk?***



### 1.3 Avgrensning(er) med oppgaven

Denne utredningen har som formål å belyse delingsøkonomi i Norge og implikasjoner ved Airbnbs tilstedeværelse i overnattingsmarkedet. Av dette følger en naturlig avgrensning til å kun gjelde Airbnbs påvirkning på det norske overnattingsmarkedet og tilhørende innvirkning på skatteproveny. Videre ekskluderer utredningen beregninger av merverdiavgift på korttidsutleie, da regelverket på området er komplekst og uklart. Vurderingen for denne avgrensningen begrunnes ytterligere i utredningens kapittel 3.4.

### 1.4 Utredningens struktur

Utredningen vil behandles i tre deler og består av 10 kapitler. Vi anser det som hensiktsmessig at relevant teori blir gjennomgått i forkant av hver av de tre delene, fremfor i en større teorigjennomgang innledningsvis i oppgaven. Bakgrunnen for dette valget er at utredningen blir enklere å følge for leser, da relevant teori presenteres i den aktuelle delen av utredningen. Utredningens første, andre og tredje del omfatter henholdsvis kapittel 2-5, 6-7, og 8-10. I kapittel 11 vil vi gjengi utredningens viktigste funn og dets implikasjoner for overnattingsmarkedet i Norge.

## 2. Del 1: Innledning

I dette kapitlet vil vi foreta skatteberegninger basert på Airbnb-aktivitet i det norske overnattingsmarkedet. Innledningsvis vil vi kort beskrive delingsøkonomiens fremvekst. Deretter vil delingsselskapet Airbnb presenteres, herunder selskapets forretningsområder og forretningsmodell for utleievirksomhet. Skatteberegningene vil dekomponeres i to deler. Første del vil ta for seg skatt generert av utleieaktivitet formidlet gjennom Airbnb sin plattform. Den andre delen vil fokusere på tapt skatt hos hotellnæringen som konsekvens av Airbnbs inntreden i overnattingsmarkedet. Avslutningsvis vil det foreligge en oppsummering av funnene i skatteanalysen med det formål å belyse Airbnbs innvirkning på skatteprovenyet i overnattingsbransjen.

### 2.1 Presentasjon av delingsøkonomien

Det regjeringsoppnevnte delingsøkonomiutvalget har konstruert en presis definisjon på fenomenet delingsøkonomi som treffer alle økonomiske aktiviteter som kan tilskrives å være delingspreget:

*“Med delingsøkonomi menes økonomisk aktivitet som formidles gjennom digitale plattformer som legger til rette for ytelse eller utveksling av tjenester og kompetanse, eiendeler og eiendom, ressurser eller kapita, uten å overføre eierrettigheter og i hovedsak mellom privatpersoner.”*

- (NOU 2017:4, s. 9)

Delingsøkonomien kjennetegnes altså av økonomisk aktivitet der en tredjepart tilrettelegger for interaksjon, via en digital plattform eller mobilapplikasjon, mellom tilbydere og etterspørrere (NOU 2017:4, s. 29). Aktørene innen delingsøkonomien benytter forskjellige digitale plattformer, men de kan i hovedsak klassifiseres i to kategorier. Den ene kategorien omfatter plattformer hvor GPS-funksjonen i smarttelefoner og inntastet data fra brukerne gir plattformen anledning til å velge eller foreslå hvem som burde kobles med hverandre. Transportnettverksselskapet Uber benytter eksempelvis denne typen digital plattform for sin delingstjeneste. I den andre kategorien finner vi plattformer som gir brukerne av tjenesten anledning til å finne hverandre selv, heriblant den globale utleieformidlingstjenesten Airbnb. Slike digitale plattformer medvirker til reduserte transaksjonskostnader, søkekostnader og informasjonsasymmetrier ved at de forenkler kommunikasjonsflatene mellom involverte parter. De teknologiske løsningene tilrettelegger for effektiv deling, kjøp og salg av tjenester som ellers ville krevd betydelig egeninnsats. Dette gjør at handel kan foregå på nye måter og på tvers av landegrenser.

---

Et sentralt element i delingsøkonomien er at delingsmodeller baserer seg på utnyttelsen av ledig kapasitet i økonomien (NOU 2017:4, s. 9). Med ledig kapasitet menes sub-optimal bruk av eksisterende ressurser. Unødvendige investeringskostnader kan dermed bespares ved at innsatsfaktorer, herunder realkapital og humankapital, utnyttes på en mer samfunnsøkonomisk måte (NOU 2017:4, s. 42). Delingsselskapenes inntektsgrunnlag kommer fra tjenestegebyrer som tas for å tilrettelegge for effektiv kommunikasjon og betalingsformidling gjennom deres respektive plattform (NOU 2017:4, s. 114). Tjenestegebyrets størrelsesorden varierer avhengig av tjenestens omfang. Delingsøkonomiutvalget presiserer at majoriteten av delingsaktiviteter utføres av privatpersoner eller kapitalobjekter som ikke tilskrives å være en hovedbeskjeftigelse (NOU 2017:4, s. 30). De dominerende delingsaktørene Uber og Airbnb underbygger dette ved at henholdsvis 88 % og 48 % av deres brukere benytter tjenesten for å ha en mer fleksibel økonomisk situasjon (Airbnb, 2015; Uber, 2015). En annen viktig komponent i delingsøkonomien er tilbakemeldingssystemet. Etter endt avtale vil involverte parter kunne vurdere motpartens bidrag gjennom et formelt tilbakemeldingssystem, integrert i den respektive delingsplattformen (NOU 2017:4, s. 62). Anmeldelser er tilgjengelig for andre brukere og kan styrke tjenestens reliabilitet blant konsumenter. Dette er nødvendig ettersom kontrakter mellom fremmede i utgangspunktet er preget av høy usikkerhet.

En global undersøkelse om delingsøkonomien viser at de fem primærsegmentene i delingsøkonomien genererte plattforminntekter i 2015 tilsvarende EUR 4 milliarder og fasiliterte for ytterligere EUR 28 milliarder (Pwc, 2016). Disse innbefatter person-til-person overnattingstjenester, transporttjenester, on-demand husholdningstjenester, profesjonelle tjenester og kollaborativ finansiering. Videre estimeres veksten innen delingsøkonomiens plattforminntekter og fasiliterte transaksjoner i Europa til henholdsvis EUR 80 milliarder og EUR 570 milliarder innen 2025. Delingsselskapenes digitale plattformer har skapt betydelige fordeler og muligheter for tilbuds- og etterspørselssiden i markedet, samt utfordringer knyttet til konkurransepolitikk, skattepolitikk og sysselsetting (NOU 2017:4, s. 46).

## 2.2 Presentasjon av Airbnb

Airbnb Inc. er et globalt formidlingsselskap som ble etablert i August 2008 av gründerne Joe Gebbia, Brian Chesky og Nathan Blecharczyk (Airbnb, u.d-e). Forretningsidéen til selskapet ble utformet året før, da de nyutdannede designerne Chesky og Gebbia hadde problemer med å betale husleien sin i San Francisco (Helm, 2015). På dette tidspunktet skulle det arrangeres en stor årlig designkonferanse i San Francisco, men alle hotellene i byen var fullbooket. Det var da kameratene bestemte seg for å tilby luftmadrasser og frokost i leiligheten til besøkende

for USD 80 per natt. De publiserte en annonse med følgende tittel: “Airbed and Breakfast” og utformet en nettside for tjenesten påfølgende dag. Utover dette forsøkte Chesky og Gebbia å kontakte designelskaper for å høre om det var andre boligeiere og leietakere som hadde ledig husrom. Dette var ikke en suksess, men kameratene fikk overtalt tre konferansedeltakere til å bo i leiligheten deres. I kjølvannet av dette ville Chesky og Gebbia undersøke hvorfor boligeiere og leietakere stilte seg tvilende til å tilby husrom til fremmede. Med seg på prosjektet fikk de Nathan Blecharczyk, en begavet dataingeniør og programmerer. Sammen utbedret de kritiske aspekter ved konseptet, herunder nettsiden, betalingsformidling og profilfremvisning. Videre er utviklingen av formidlingselskapet en solskinnshistorie som har oppnådd langt mer enn å finansiere husleien til gründerne. Airbnb regnes i dag som den mest etablerte av de kommersielle delingsplattformene for overnatting, og den dominerende aktøren i Norge (NOU 2017:4, s. 123). Det fremgår av hjemmesiden deres at over 150 millioner gjester har besøkt et av 3 millioner overnattingssteder, spredt over 191 forskjellige land (Airbnb, u.d-e). Siden oppstarten har selskapet opplevd en formidabel vekst og verdsettes i dag til rundt USD 31 milliarder (Fortune, 2017).

Forretningsvirksomheten til Airbnb bygger på de samme grunnpilarene som Chesky og Gebbia utarbeidet i 2007 (NOU 2017:4, s. 123). Selskapet betegner seg selv som en betrodd markeds plass hvor folk kan leie ut, oppdage og bestille unike overnattinger rundt om i verden via deres hjemmeside og applikasjon (Airbnb, u.d-e). Personer som ønsker å leie ut hele, deler eller kun et rom i egen boenhet kan registrere en konto og deretter få tilgang til å publisere utleieannonser (Airbnb, u.d-f). Tilsvarende får personer som ønsker å leie et overnattingssted tilgang til listen av tilbydere som har ledig husrom i sin boenhet (Airbnb, u.d-a). Vedkommende vil her kunne se bilder av utleieenheten, en konkret beskrivelse av dens beliggenhet, tilbakemeldinger som er gitt av tidligere besøkende og en kalender som viser utleieenhetens tilgjengelighet. Airbnb formidler utleie av blant annet hus, leilighet, hytte, båt, og telt (NOU 2017:4, s. 124). Dersom en annonse faller i smak har den potensielle gjesten anledning til å legge inn en forespørsel som sendes til utleier, som står fritt til å avslå eller akseptere (Airbnb, u.d-c). Airbnb legger ikke direkte føringer på priser, men har utviklet en dynamisk prisalgoritme for å bedre kunne informere verter om prisnivå og kundefølsomhet (NOU 2017:4, s. 16). Prisalgoritmen justerer pris etter etterspørsel og gir vertene tilbakemelding om sannsynlighet for å sikre utleie ved en gitt pris for en gitt dato. Dersom verten aksepterer forespørselen vil Airbnb belaste gjesten for den avtalte prisen, hvor mesteparten av beløpet sendes til verten (Airbnb, u.d-b). Airbnb beholder et tjenestegebyr som

---

normalt varierer mellom 9-15 % av belastningen, der 6-12 % belastes gjesten og 3 % belastes verten (Airbnb, u.d-b). Selskapet er kun et mellomledd og eier ingen utleieobjekter selv.

Forretningsmodellen baserer seg på delingsøkonomien, hvor ledig kapasitet av kapitalobjekter (her: boenheter) og egen tid benyttes som inntektsgrunnlag (NOU 2017:4, s. 42). Etter endt opphold har gjesten anledning til å vurdere verten gjennom et tilbakemeldingssystem (Airbnb, u.d-d). Anmeldelsene er tilgjengelig på vertens profil slik at potensielle gjester kan benytte dem som beslutningsgrunnlag når de reserverer overnattinger. Airbnb har også fullmakt til å utestenge verter og gjester som akkumulerer dårlige anmeldelser (NOU 2017:4, s. 29). Med dette menes det at gjester kan utestenges dersom flere verter rapporterer at husreglementet ikke etterlevs. Tilbakemeldingssystemet er svært godt likt av gjestene, da det er en betryggende faktor for oppholdet (Airbnb, 2016a). I tillegg benytter Airbnb mekanismer som gode retningslinjer, forsikringsordninger og konfliktløsningssystemer for å skape tillit hos kunder og unngå useriøse aktører (NOU 2017:4, s. 16).

Airbnb ble lansert i Norge i 2010 (Airbnb, 2016a). Selskapet har hatt betydelig vekst de siste årene og dominerer det norske delingsøkonomimarkedet sammen med Uber. I perioden 2014 til 2016 vokste Airbnbs aktivitet betydelig, fra 3600 utleiere med tilhørende 75 000 overnattingsgjester til 14 900 utleiere og 430 000 overnattingsgjester (NOU 2017:4, s. 124). Det fremgår av delingsøkonomirapporten at Airbnb hadde en markedsandel på 1,9 % i 2015 målt i volum, herunder total antall overnattingsdøgn, og rundt 1,3 % målt etter hotellenes overnattingsomsetning.

Airbnb hevder i deres landrapport for 2015 at deres tilstedeværelse har positive effekter på turismen i Norge, og at selskapet tiltrekker seg mange besøkende som ellers ikke ville reist til landet (Airbnb, 2016a). Rapporten viser at 24 % ikke ville besøkt Norge eller blitt like lenge uten Airbnb. Videre opplyses det at 53 % av tilreisende bruker det innsparte beløpet på mat, shopping eller annet konsum. En solskinnshistorie av Airbnbs kaliber blir naturlig nok kritisert av tradisjonell hotellvirksomhet, som mener Airbnb-utleie driver ulovlige hosteller. Det menes at de således unngår skatteplikt og regulatoriske krav (Moe, 2016). Som følge av kritikken fra hoteller og NHO reiseliv oppnevnte regjeringen et utvalg med mandat til å vurdere muligheter og utfordringer med delingsøkonomien (NOU 2017:4, s. 3). Deres rapport ble overlevert til nåværende finansminister Siv Jensen 6. februar i år.

Vi vil kort kommentere hovedforslaget til delingsøkonomiutvalget som er relevant for utredningens skattefokus på Airbnb. I første rekke vil vi gjennomgå relevante skatteregler for utleie av bolig.

### 3. Relevante skatteregler

Det er ingen særskilte skatte- eller avgiftsregler for aktører i delingsøkonomien (Skatteetaten, 2017b, s. 10). Det innebærer at inntekter er skattepliktig etter hovedregelen i skattelovens (sktl) § 5-1 og kostnader er fradragberettiget etter skattelovens § 6-1. Aktører innen delingsøkonomien vil også måtte følge de alminnelige bestemmelsene i merverdiavgiftsloven. Dagens skatteregler for utleie av bolig skiller mellom beskatning som næringsvirksomhet og beskatning som kapitalinntekt (Skatteetaten, 2017b, s. 11). Dersom skattyter regnes som privatperson beskattes leieinntekter som kapitalinntekt. Det innebærer skattlegging som alminnelig inntekt, med en flat skattesats på 25 % for inntektsåret 2016. Fradragberettigede kostnader vil trekkes fra inntektsgrunnlaget slik at beskatningsretten gjelder overskudd av fordel vunnet ved kapital. Regnes skattyters utleieaktivitet som virksomhet skal leieinntekter skattlegges som næringsinntekt gitt av sktl § 5-1, jf. § 5-30. Dette medfører til at skatteyter anses å bedrive et enkeltpersonforetak (Skatteetaten, 2017b, s. 11). Beskatningsretten utvides da til at leieinntekter også er gjenstand for trygdeavgift og trinnskatt, i tillegg til alminnelig inntektsskatt. Maksimal marginalsatt for næringsinntekt er 50,1 % for 2016 (Regjeringen, 2016).

For å kunne estimere størrelsesordenen på skatt generert av Airbnb-utleie, er vi avhengig av å definere et skille mellom privat og næringspliktig utleieinntekt. Det fremgår av tommelfingerregelen til lignings-ABC at næringsinntekt er gjeldende vurdering dersom utleieaktivitet omfatter mer enn fem utleieenheter (Skatteetaten, 2016b, s. 1593). Dette spørsmålet må imidlertid vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Videre fremstilles det en rekke krav som oppfyller vilkåret for å kunne anse en inntektsgivende aktivitet som virksomhet, herunder at aktiviteten tar sikte på å ha en viss varighet, et visst omfang, egnet til å gi overskudd og drives for skattyters regning og risiko. Det presiseres også at utleie av bolig i mindre omfang kan være virksomhet, eksempelvis ved høyt aktivitetsnivå (her: intensiv korttidsutleie) hos skattyter. Skattedirektoratet publiserte 30.juni 2016 en bindende forhåndsuttalelse der saken omhandlet kontinuerlig korttidsutleie av to sekundærboliger, med belegg på 50 % av tilgjengelig antall dager og et betydelig antall timer tilknyttet vedlikehold og tilleggstjenester (Skatteetaten, 2016a). Skatteetaten konkluderte med at virksomhetskravet ville vært oppfylt og at eventuelle leieinntekter skulle beskattes som næringsinntekt etter sktl § 5-1, jf. 5-30. Følgelig ville skatteplikt også omfattet personinntekt etter bestemmelsen i sktl § 12-10. Ut i fra motstridende opplysninger vedrørende klassifisering av næringsinntekt vil vi diskutere dette ytterligere, og konkludere med en klassifisering i kapittel 3.5.2.

---

### 3.1 Delingsøkonomiutvalgets forslag til beskatning

Et av hovedpunktene i delingsøkonomiutvalgets rapport fra 2017 er at korttidsutleie utenfor virksomhet beskattes som kapitalinntekt (NOU 2017:4, s. 19). Dette begrunnes med at skatt på småskala korttidsutleie av del av egen bolig vil skape likere konkurransevilkår mellom ulike aktører i overnattingsmarkedet. Det er foreslått en nedre inntektsgrense på NOK 10 000, slik at skatteplikten følger dagens skatteregler for utleie av fritidsbolig som skattyter selv benytter. Således vil NOK 10 000 være skattefritt uavhengig av omsetning (Skatteetaten, 2017d). I dagens regler er det en rekke gunstige regler for fritaksligning, jf. sktl § 7-2 (Skatteetaten, 2017b, s. 12). Reglene vil fortsatt være gjeldende for langtidsutleie, selv om delingsøkonomiutvalgets forslag blir vedtatt (NOU 2017:4, s. 19). Vi vil imidlertid ikke utlede dagens regler for fritaksligning, da forslaget innebærer at de faller bort for korttidsutleie. Fradrag på kapitalinntekt gis etter hovedregelen i sktl § 6-1. Det gis fradrag for kostnader tilknyttet vedlikehold, hvilket innebærer kostnader som påløper for å holde eiendommen i tilsvarende stand som opprinnelig bolig (Skatteetaten, u.d-c). Skattyter får således ikke fradrag for påkostninger som setter boligen i bedre eller annen stand enn den tidligere har vært (Skatteetaten, 2017c). Det fremgår av utleieskjemaet RF-1189 at fradrag også kan påberopes for driftskostnader, herunder strøm, telefon, avskrivning av inventar, tilpassing av bolig til utleie og reise til utleiebolig (Altinn, 2017b). Skattytere med akkumulerte skattepliktige utleieinntekter må fylle ut RF-1189, som skal leveres sammen med skattemeldingen. I forhold til fradrag tilknyttet kostnader ved drift og vedlikehold, vil forslaget til utvalget medføre et skille mellom kostnader for privat del og utleiedel (NOU 2017:4, s. 138). Det er videre behov for en gjennomgang av skatteregler tilknyttet næringspliktig utleieinntekt, da utvalgets forslag kun berører korttidsutleie utenfor næring.

### 3.2 Beregning av alminnelig inntekt i virksomhet

Alminnelig inntekt er en nettoinntekt som beregnes av alle skattepliktige, herunder personer og selskaper (Skatteetaten, 2017a). Slik inntekt skattlegges med en flat skattesats etter fradragsberettigede kostnader er trukket fra inntektsgrunnlaget. Det fremgår av skatteetatens lovbestemmelse at fradrag skjønnes å være kostnader som er pådratt for å erverve, vedlikeholde eller sikre skattepliktig inntekt (Sørensen, 2017). Således er næringsdrivende sine påkostninger heller ikke fradragsberettigede (Skatteetaten, u.d-c). Det er skattemessig resultat som er utgangspunktet for hvilke kostnader som er skattepliktige (Fallan, 2013, s. 270). Normalt benyttes regnskapet ført i samsvar med bokføringsloven som underlag, hvor så

dette korrigeres for poster som ikke er skattepliktige eller fradragsberettiget etter skatteloven. Denne praksisen medfører ikke forskjellige regler for regnskapspliktige enn andre skattytere. Reglene i skatteloven knyttet til skattepliktig inntekt og fradragsberettigede kostnader er gjeldende for alle skattytere.

### 3.3 Beregning av personinntekt i virksomhet

En forenklet oppstilling av personinntekt for næringsdrivende er vist under og følger av sktl § 12-11 (Fallan, 2013, s. 353).

Personinntekt	
	Alminnelig inntekt fra virksomhet
+	Faktiske kapitalkostnader og kapitaltap. (Tap på kundefordringer, renter på gjeld til finansinstitusjoner og mengdegjeldsbrev skal ikke legges til her)
+	Framførbart underskudd
-	Faktiske kapitalinntekter som avkastning på aksjer, bankinnskudd, etc.
-	Kapitalgevinster fra formuesobjekter
-	Beregnet skjermingsfradrag (jf. Sktl § 12-12)
=	Beregnet meravkastning på investert kapital = personinntekt i virksomhet

*Tabell 1: Oppstilling av personinntekt*

Skjermingsfradraget er skjermingsgrunnlaget multiplisert med skjermingsrenten. Den fastsettes etter sktl § 12-12 (2), mens skjermingsrenten fastsettes av skattedirektoratet hvert år og var 0,5 % for kalenderåret 2016 (Skatteetaten, 2016c). Skjermingsgrunnlaget omfatter blant annet varige og betydelige driftsmidler, jf. 14-40 (1). Det gis fradrag for gjeld til finansinstitusjoner ved fastsettelse av skjermingsgrunnlaget, jf. § 12-12 (2) b. Skjermingsrenten har som formål å sikre finansieringsnøytralitet og er basert på et aritmetisk gjennomsnitt av tre måneders statskasseveksel (Skatteetaten, 2016c).

I vår utredning er eiendom i hovedsak det relevante driftsmiddelet. Reglene knyttet til hvilke driftsmidler som skal avskrives, og til hvilke satser følger av henholdsvis sktl § 14-40, § 14-41 og § 14-43. Avskrivningsgrunnlaget er ulike saldogrupper, hvilket har ulike avskrivningssatser. Bygg og anlegg inngår i saldogruppe h og har en årlig avskrivningssats på maksimalt 4 %. En saldogruppe består av kostpris for driftsmiddelet, fratrukket avskrivninger og nedskrivninger fra foregående år. Dersom det foretas oppgraderinger på bolig skal påkostnaden inkorporeres i saldogruppen og foreligge som en del av avskrivningsgrunnlaget (Skatteetaten, 2016b, s. 708). For boligeiendom er det i mange tilfeller faktum at kostpris er lavere enn markedspris. Kostprisen er historisk kjøpesum for boligen, inkludert eventuelle oppgraderinger (Skatteetaten, u.d-d). Markedsprisen kan derimot være betydelig høyere



grunnet prisveksten i boligmarkedet. Dette vil antakeligvis være tilfellet for de fleste boliger i Norge, da boligprisene på landsbasis har steget siden 1993, med unntak av et fall under finanskrisen i 2008 (Sættem, 2012) (SSB, 2017b). I tillegg kan gjeldsbyrden ha økt i takt med markedsprisen på boligen, hvilket medfører at gjelden kan være større enn skattemessig saldoverdi. Ved å ta noen forenklinger blir utregning av skjermingsfradrag følgende (Fallan, 2013, s. 349):

$$\text{Skjermgrunnlag} = \text{Skattemessig verdi på eiendom} - \text{gjeld}$$

$$\text{Skjermingsfradrag} = \text{Skjermingsgrunnlag} * 0,5 \%$$

Resultatet av asymmetrien mellom kostpris og markedspris er et lavt skjermingsfradrag som ikke representerer de faktiske forholdene i boligmarkedet. Dette kan i mange tilfeller medvirke til et lavt skjermingsfradrag for den enkelte boligeier, hvilket får lite betydning for redusert skattepliktig inntekt.

### 3.3.1 Trygdeavgift og trinnskatt

Personinntekt er grunnlaget for beregning av trygdeavgift og trinnskatt (Altinn, 2017a). Trygdeavgiften for selvstendige næringsdrivende er 11,4 % for 2016 (Regjeringen, 2016). Trinnskatten har fire innslagspunkter med fire ulike satser som avhenger av den enkeltes inntektsgrunnlag. Satsene for 2016 er følgende:

Trinnskatt		
Trinn 1	Inntekt mellom 159 800 – 224 900 kroner	0,44 % trinnskatt
Trinn 2	Inntekt mellom 224 900 – 565 400 kroner	1,7 % trinnskatt
Trinn 3	Inntekt mellom 565 400 – 909 500 kroner	10,7 % trinnskatt
Trinn 4	Inntekt over 909 500 kroner	13,7 % trinnskatt

Tabell 2: Innslagspunkt for trinnskatt

Trinn 4 vil gi en marginalbeskatning på 50,1 %, herunder 13,7 % trinnskatt, 25 % alminnelig skatt og 11,4 % trygdeavgift. Dette gir en høyere beskatning enn marginalbeskatningen for lønnsinntekt som er på 46,9 % (Regjeringen, 2016). Utleievirksomhet kan organisere seg med et annet eierforhold, eksempelvis aksjeselskap. Dersom dette er tilfellet vil overskuddet i foretaket skattlegges som alminnelig inntekt med flat skattesats på 25 % for inntektsåret 2016. Fritaksbeskatning er gjeldende for selskapsaksjonærer (Skatteetaten, 2016b, s. 631). Boligeier kan ved bruk av slikt eierforhold utsette beskatning gjennom å la overskudd bli værende i selskapet. Ved utdeling av utbytte til private aksjonærer vil imidlertid utbytte beskattes med 28,75 % for året 2016 (Regjeringen, 2016). Skattesatsen inkluderer en oppjusteringsfaktor på 1,15 for utbytte.

### 3.4 Merverdiavgift

Merverdiavgift, heretter moms, er en omsetningsavgift som sluttbruker betaler på innenlandske varer og tjenester som ikke er særskilt unntatt fra avgiftsplikt i merverdiavgiftsloven (mval) § 3-2 til § 3-20 (Skatteetaten, u.d-e). Den bygger på destinasjonsprinsippet, hvilket innebærer at det betales norsk moms på kjøp som oppstår i Norge (Skatteetaten, u.d-a). Fritak for momsregistrering gjør seg gjeldende for skattytere som har lavere omsetning enn minstegrensen på NOK 50 000 årlig (Lovdata, 2017b). Mange boligeiere som bedriver utleieaktivitet vil derfor ikke overskride denne grensen. Det foreligger også unntak for moms knyttet til utleie av fast eiendom (Lovdata, 2017c). Unntaksbestemmelsene innebærer at skattyter ikke pålegges utgående moms og mottar heller ikke fradrag for inngående moms (Skatteetaten, u.d-b). Dersom virksomheten er av en viss størrelsesorden eller av slik karakter at den likner hotellvirksomhet, skal det likevel tillegges merverdiavgiftsplikt (Skatteetaten, 2017b, s. 15). Dette er også gjeldende dersom skattyter bedriver utleie av fritidsboliger som hytter og ferieleiligheter (Lovdata, 2017a). Ved tvilssituasjoner vedrørende avgiftsplikt må det foretas en konkret vurdering for å kunne fastslå hvorvidt omsetning er avgiftspliktig (Skatteetaten, 2017b, s. 14). Sentrale vurderingspunkter omfatter varigheten på leieoppholdet, hva som inngår i leieprisen, om det er tilrettelagt for selvhushold og markedsføring. Skatteetaten har publisert en veiledende uttalelse knyttet til avgiftsmessig vurdering av kortidsutleie (Skatteetaten, 2016a). Det fremgår i uttalelsen at faktum er det samme som den bindende forhåndsuttalelsen gjennomgått i kapittel 3. Skatteetaten vurderte det slik at utleievirksomhet vil være merverdiavgiftspliktig etter mval § 5-5 første ledd bokstav c. Det presiseres at uttalelsen vedrørende moms ikke er rettslig bindende for Skatteetaten, hvilket kompliserer en avgiftsmessig vurdering. På bakgrunn av et uklart regelverk finner vi det hensiktsmessig å ekskludere merverdiavgiftsberegninger i denne utredningen. Det vil ikke være rimelig å benytte en forhåndsuttalelse som utgangspunkt for merverdiavgiftsplikt, da norske skattemyndigheter ikke er rettslig bundet. Regelverket for merverdiavgift av kortidsutleie kan med fordel klargjøres av Skatteetaten, ettersom grenseverdiene mellom fritaksregel for utleie av fast eiendom og merverdiavgiftsplikt ved mer omfattende utleie er lite konsistente. Dette innebærer også at vi ikke foretar beregninger vedrørende moms på utleie av fritidsboliger og ferieleiligheter, som kan antas å være en del av en eventuell klargjøring i regelverket.

---

## 3.5 Drøfting rundt beskatningsklassene

### 3.5.1 Kapitalbeskatning for private skattytere

Høy arbeidsinnsats taler for beskatning som arbeidsinntekt fremfor kapitalinntekt. Det er betydelig mer arbeid knyttet til kortidsutleie, da vedlikeholdsoppgaver som vasking og rydding må utføres i mye større grad. På bakgrunn av dette kan det argumenteres for at korttidsutleie bør skattlegges som arbeidsinntekt. Dette innebærer flat beskatning likt som alminnelig inntekt, i tillegg til progressiv beskatning som en del av personinntekten. Et forslag som kan vurderes er en *sjablongbeskatning* mellom arbeidsinntekt og kapitalinntekt, hvor beskatningsretten fordeles med 50 %, eller annen passende sats, på de to beskatningsklassene. En opplysningsplikt vedrørende inntektsallokering av pris på overnatting og tilleggstjenester, vil bedre grunnlaget for fastsettelse av passende sats. Delingsøkonomiutvalgets forslag til beskatning har implisitt vurdert korttidsutleie for privatpersoner som avkastning på investert kapital, og ikke som inntekt knyttet til arbeidsinnsats. Vi har i datasettet vårt, hvilket behandles nærmere i kapittel 4.1, variabelen *cleaning fee* som representerer rengjøringskostnader forbundet med Airbnb-opphold. Den inkluderer ikke alle vedlikeholdsoppgaver som innebærer høy arbeidsinnsats for utleieaktivitet, men omfatter det vi anser å være den mest fremtredende tilleggstjenesten. Datagrunnlaget vårt viser at den kun utgjør 0,44 % av total omsetning på Airbnb, hvilket impliserer at tilleggstjenester ikke er kritisk for vår utredning. Skattytere som bedriver omfattende utleievirksomhet vil uansett kategoriseres som næringsdrivende og problemstillingen vedrørende arbeidsinntekt kontra kapitalinntekt faller dermed bort.

### 3.5.2 Næringsinntekt

Forhåndsuttalelsen til Skattedirektoratet ga ikke føringer på hvorvidt utfallet ville vært næringspliktig utleieinntekt i fravær av et høyt aktivitetsnivå. Faktum i saken representerer heller ikke en tradisjonell vert på Airbnb. Det fremgår av landrapporten til Airbnb at 81 % av vertene leier ut sin egen bolig (Airbnb, 2015). Primærboliger vil i de fleste tilfeller generere lavere omsetning enn ved utleie av sekundærboliger, da privat bruk av boligen reduserer utleieverdi og omfang. Videre kan det anføres at aktivitetsnivået vil, slik det ble forespeilet i forhåndsuttalelsen, være lavere for utleie gjennom Airbnb. Dette begrunnes med at rengjøringsvariabelen utgjør en marginal del av total omsetning.

For å kunne foreta beregninger av skatteproveny generert fra utleievirksomhet gjennom Airbnb er vi avhengig av et standpunkt knyttet til vurderingen av næringsinntekt. Det fremgår

av liknings-ABC at det foreligger en tommelfingerregel som klassifiserer fem utleieenheter eller mer som næringsinntekt (Skatteetaten, 2016b, s. 1593). Denne bestemmelsen kan trolig bli revidert av norske skattemyndigheter som følge av økt korttidsutleie fremover. Det vil være nødvendig med en vurdering på om det skal utarbeides forskjellige regler knyttet til korttids- og langtidsutleie. Dette kan potensielt medvirke til enda flere regler som skattytere må forholde seg til og dermed et mer komplekst regelverk. Vi bemerker oss at tommelfingerregelen kan være noe utdatert, men velger likevel å benytte den som utgangspunkt for å klassifisere næringsinntekt. Den bindende forhåndsuttalelsen taler for lavere grense, men omhandlet utleie i større omfang enn hva som er tilfellet for majoriteten av Airbnb-verter. Vi støtter oss derfor til delingsøkonomiutvalgets utsagn som presiserer at korttidsutleie er et område der det er behov for avklaringer og veiledning fra Skatteetaten.

### *Diskusjon rundt klassifisering av næringsinntekt*

Vi ønsker å foreta en drøfting rundt andre grenseverdier som kan benyttes, herunder *omsetning* og *utleiedøgn*. Førstnevnte er imidlertid ikke et godt mål i seg selv. Dette grunnet stor variasjon i leiepriser på landsbasis. Kvadratmeterprisen for en bolig i storbyene er betraktelig høyere enn i distriktene, og leieprisene følger dette mønsteret. Derfor kan vi ekskludere omsetningsgrense som utgangspunkt for klassifisering av næringsinntekt. *Utleiedøgn* er et bedre mål på grenseverdi. For personer med flere utleieenheter vil aggregert utleiedøgn være gjeldende parameter. Ved utleiedøgn vil det ikke bli samme forskjeller på byene og distriktene, da et døgn har samme betydning uavhengig av hvor man befinner seg i landet. Dersom dette skal betraktes som grenseverdi må det foreligge et skille mellom korttids- og langtidsutleie. Det vil også være behov for å sette grenser for utleiedøgn for disse utleieklassene, aggregert i en *sjablongform*. Langtidsutleie krever mindre aktivitetsnivå og kan således tillates i større grad. En slik ordning vil ikke være vanskelig for utleiere å forholde seg til, gitt at den er presist formulert. Et forslag kan være slik at 300 utleiedøgn, eller annen passende verdi, tillates utenfor næringsinntekt og hvor langtidsutleie regnes som  $0,5 * \text{utleiedøgn}$  for utleie over 30 dager.

---

## 4. Del 1 - Skatteberegninger av Airbnb-aktivitet

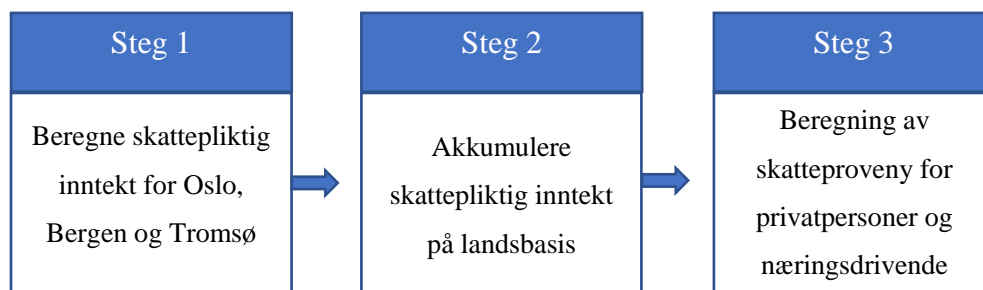
### 4.1 Datasett

Det benyttes et datasett med informasjon om Airbnb-aktivitet i Norge for å beregne hvor mye skatt som genereres fra utleie gjennom Airbnb. Vi har mottatt datasettet fra Airdna, et datatjenesteselskap som kontinuerlig følger aktivitetsnivået på Airbnb sine nettsider. Airdna er lite kjent i Norge, men en anerkjent aktør på verdensbasis (Airdna, u.d). På klientlisten deres finner vi selskaper som Bank of America, Financial Times, New York Times, TechCrunch, Colliers International og Merrill Lynch. Selskapet har gitt oss tillatelse til å benytte deres rådata basert på utredningens forskningsformål. Ovennevnte taler for at datasettet er pålitelig. En tidligere masterutredning, som også har benyttet et datasett fra Airdna, har undersøkt datasettets validitet ytterligere og konkludert med at dataene er pålitelig (Finnevolden & Wangsness, 2016). Det foreligger således lite grunnlag for å betvile validiteten til datasettet som er anskaffet. Datasettet omfatter utleieaktivitet på Airbnb i henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø for kalenderåret 2016. Det består av totalt 9 859 *aktive eiendommer*, herunder 7 862 *aktive verter*. En *aktiv vert* defineres som en vert med positiv omsetning de siste 12 månedene. Informasjonen i datasettet innbefatter blant annet identifikasjonsnumre på eiendom og vert, inntekt for siste 12 måneder, gjennomsnittlig pris per natt, boligtype, geografisk lokasjon på utleieenhet, antall tilgjengelige- og utilgjengelige døgn samt antall reservasjonsdager for utleieenheter. Dette gjør at vi kan klassifisere hvor mange *unike verter* og *eiendommer* datasettet består av. Alle inntektstall er oppgitt i dollar, hvilket innebærer at vi må konvertere tallene til norsk valuta. Det benyttes en valutakurs på 8,4044 NOK/USD, som representerer gjennomsnittet av de historiske valutakursene for 2016 (DnB, u.d).

Det er bekreftet av vår kontaktperson i Airdna at tjenestegebyret som Airbnb krever ved boligutleie, mellom 9-15 % avhengig av lengden på oppholdet, ikke inngår i omsetningstallene for de siste 12 månedene (Alexander, e-post, 27. februar 2017). Gebyr for vask av bolig og andre tilleggsavgifter er imidlertid med i beløpet. Dette innebærer at datasettet kun viser betalinger som mottas av utleier og ikke inntekter for Airbnb. Følgelig vil all omsetning i datasettet potensielt være skattbart på utleiers hånd. Omsetning av andre boenheter enn bolig er ikke interessant for vår utredning, og ekskluderes således fra datasettet. Videre er det ønskelig at datasettet kun viser verter og eiendommer med omsetning de siste 12 månedene, hvilket innebærer at vi også ekskluderer *inaktive* utleieobjekter som ikke har hatt Airbnb-aktivitet i 2016.

## 4.2 Skatteberegninger gitt av Airbnb-aktivitet i Norge

Vår analyse vil dekomponeres i to deler. Den første delen av analysen vil ta for seg skatteproveny generert fra utleieaktivitet via Airbnb for inntektsåret 2016. Vi vil først beregne hvor mye skatt som potensielt vil bli generert fra Airbnb-aktivitet for privatpersoner, sett i lys av delingsøkonomiutvalgets forslag til beskatning. Det vil i tillegg beregnes skatteproveny for utleieaktivitet som klassifiseres som næringsinntekt. Her klassifiseres en Airbnb-vert som næringsdrivende dersom vedkommende er i besittelse av fem utleieenheter eller mer. Dette forutsetter at samtlige aktører, private og næringsdrivende, innberetter skattepliktig omsetning. Vi benytter omsetningstall for Airbnb-aktivitet i byene Oslo, Bergen og Tromsø som utgangspunkt for våre beregninger. Datagrunnlaget er tildelt fra datatjenesteselskapet Airdna og inneholder omsetningstall fra 2016 for henholdsvis Oslo og Tromsø. Tallene fra Bergen er imidlertid kun for perioden 01.01.2016 - 31.08.2016, og det vil således være behov for å oppjustere disse estimatene. En nærmere beskrivelse av hvordan dette utføres kommer i kapittel 5.2. For å estimere skatteproveny som genereres fra Airbnb-verter i Norge for 2016, utfører vi analysen gjennom en stegvis prosess. Stegene er illustrert i figur 1 nedenfor. I den andre delen av analysen vil vi se nærmere på tapt skatteproveny for øvrige aktører i overnattingsbransjen, som følge av Airbnbs tilstedeværelse i markedet.



*Figur 1: Illustrasjon av stegvis prosess for beregning av Airbnbs skatteproveny*

---

## 5. Skatteproveny gitt av Airbnb-aktivitet

### 5.1 Innbetalt skatt fra Airbnb-utleie

I første steg beregner vi skattepliktig inntekt fra de tre byene Oslo, Bergen og Tromsø. Det beregnes både omsetning og skattepliktig omsetning for private og næringsdrivende. Relevante skatteregler definerer et skille mellom privatinntekt og næringsinntekt. I andre steg akkumulerer vi oss frem til omsetning og skattepliktig inntekt på landsbasis. Vi benytter tall på Airbnb-verter oppgitt i delingsøkonomiutvalgets rapport som mål på størrelsesordenen av Airbnb-aktivitet på landsbasis. Dette i kombinasjon med beregninger fra steg 1, gjør oss i stand til å akkumulere oss frem til omsetning på landsbasis. *Aktive verter* benyttes som mål på aktivitet. I tredje steg foretar vi skatteberegningene for henholdsvis privatpersoner og næringsdrivende.

### 5.2 Steg 1

Utgangspunktet for analysen er datasettet med omsetningstall for byene Oslo, Bergen og Tromsø. Funn fra datasettet benyttes som en proxy-variabel for resten av landet. Vi anvender tommelfingerregelen i liknings-ABC for å identifisere utleie som næringsinntekt. Avgjørelsens grunnlag drøftes i kapittel 3.5.2. Etter denne bestemmelsen skilles dermed datasettet i henholdsvis privat- og næringsomsetning. Videre er det behov for å oppjustere omsetningstall for Bergen, hvor vi kun har fått tilgang til rådata for perioden 01.01.2016 til 31.08.2016. Dette har vi løst ved å kjøpe en markedsrapport fra datatjenesteselskapet Airdna. Rapporten inkluderer ikke samme rådata som øvrig datasett, men har tall på antall tilgjengelige utleieobjekter fra hver måned det siste halvannet året (Airdna, 2016). Vi tar forutsetningen om at veksten i antall boliger kan generaliseres som et vekstmål for resten av 2016. Det utarbeides veksttall basert på antall tilgjengelige boliger aggregert for 2016, kontra tilgjengelige boliger i perioden som vi har rådata på. Dette gir en vekst på 19,1% i perioden september 2016 til januar 2017, hvilket innebærer at aktive verter og omsetning i vårt datasett oppjusteres med faktoren 1,191 (Vedlegg 1).

#### 5.2.1 Omsetning og skattepliktig inntekt for privatpersoner

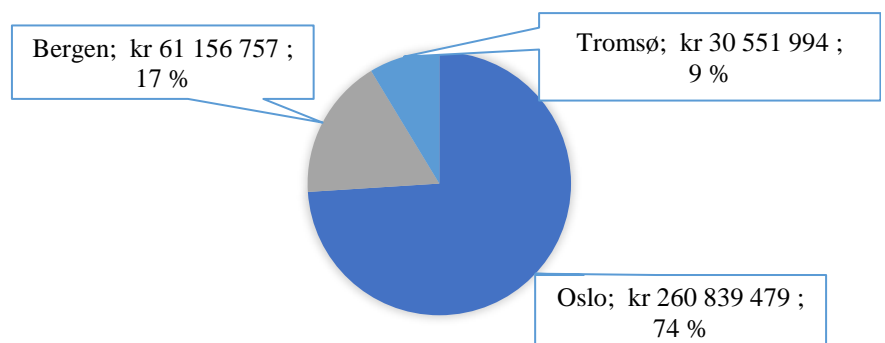
Delingsøkonomiutvalgets forslag vil medføre at samtlige boligtyper som benyttes til korttidsutleie behandles likt, hvilket er motstridende til dagens skatteregler (NOU 2017:4, s. 138). Merk at dette kun gjelder skatteplikt for privatpersoner, og tar ikke for seg moms. Dersom skattyter overskrider omsetningsgrensen på NOK 10 000 utløses det skatteplikt for

korttidsutleie. Vi ønsker å dekomponere Airbnb-vertene fra datasettet vårt i to grupper. Første gruppe inkluderer verter med kun én utleieenhet. Det vil være forholdsvis enkelt å estimere skattepliktig inntekt for denne grupperingen, ettersom omsetning under NOK 10 000 ekskluderes fra datasettet. For Airbnb-verter som overskrider omsetningsgrensen vil det overskytende beløpet være grunnlaget for *brutto skattepliktig inntekt*. Dette vil være skattepliktig inntekt før fradragsberettigede kostnader, men etter fritaksgrense på NOK 10 000. Vi estimerer i tillegg total omsetning, hvilket benyttes senere i utredningen. Den andre gruppen av Airbnb-verter er utleiere som besitter to til fire utleieenheter. Som tidligere presisert i utredningen består datagrunnlaget utelukkende av *aktive verter* med *aktive eiendommer*. *Brutto skattepliktig omsetning* for andre gruppe estimeres ved å aggregere omsetning fra utleieenhetene (her: aktive eiendommer) registrert på én vert, fratrukket skattefritt beløp på NOK 10 000. Vi har således tall for omsetning, brutto skattepliktig omsetning, antall aktive verter, antall aktive utleieenheter, gjennomsnittlig omsetning per Airbnb-vert og bruttoskattepliktig omsetning. Adderte tall for de to gruppene, med samme parametere, er illustrert i tabell 3 nedenfor. Antall private verter i tabellen er 7807,405 som kom som følge av oppjusteringen vi foretok basert på vekst i datasettet fra Bergen. Grunnet bruk av en oppjusteringsfaktor ble antallet således ikke i heltall.

Privat omsetning	
Omsetning	kr 352 548 230,63
Brutto skattepliktig	kr 286 592 412,85
Skattefrie omsetning	kr 65 955 817,78
Skattefrie omsetning i prosent	19 %
Antall private eiendommer	9230
Antall private verter	7807,405
Omsetning per vert	kr 45 155,62
Skattepliktig omsetning per vert	kr 36 707,77
Skattefrie omsetning per aktive vert	kr 8 447,85

Tabell 3: Privatpersoners omsetning- og skattetall generert av Airbnb-utleie

Det er interessant å se hvilken by som genererer mest omsetning. Vi observerer fra figur 2 at Oslo står for 74 % av omsetningen knyttet til utleievirksomhet på Airbnb. Deretter følger Bergen og Tromsø med henholdsvis 17 % og 9 %.



Figur 2: Privat omsetning fra datasettets tre byer



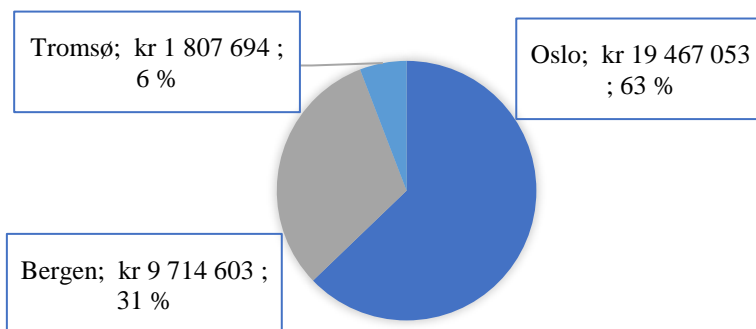
## 5.2.2 Omsetning og skattepliktig inntekt for næringsdrivende

Næringsinntekt blir definert som utleievirksomhet av fem utleieenheter eller mer. Skattefritaket på NOK 10 000 kan kun påberopes av skattytere som bedriver boligutleie utenfor næringsvirksomhet. Omsetning og brutto skattepliktig inntekt er således den samme. Vi henter fra vårt datasett tall på omsetning, antall aktive Airbnb-verter, antall aktive utleieenheter og omsetning per Airbnb-vert. Basert på dette grunnlaget estimeres det at omsetning knyttet til næringsvirksomhet er pålydende NOK 30 989 350 og omsetning per næringsdrivende Airbnb-vert er NOK 568 804. Antall næringsdrivende i tabell 4 er 54,48 som kom som følge av oppjusteringen vi foretok basert på vekst i datasettet fra Bergen. Grunnet bruk av en oppjusteringsfaktor ble antallet således ikke i heltall.

Næringsdrivende	
Antall eiendommer	629
Omsetning	30 989 350
Antall næringsdrivende	54,48
Omsetning per vert	568 804

Tabell 4: Næringsdrivendes Airbnb-aktivitet

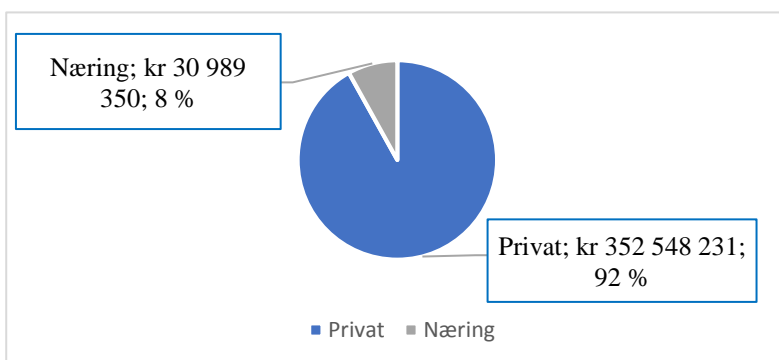
Et interessant funn, illustrert i figur 3, er at Bergen står for en større relativ andel av næringsinntekt enn andel for privat inntekt. Omfanget går på bekostning av Tromsø og Oslo sin relative andel. Forskjellen kan komme av en eller flere større verter med mange utleieboliger.



Figur 3: Næringspliktig omsetning fra datasettets tre byer

## 5.2.3 Sammenligning av privatinntekt kontra næringsinntekt

Dersom man sammenligner omsetning knyttet til utleievirksomhet for private og næringsdrivende observeres det at førstnevnte står for 92 % av totalomsetningen i de tre byene. Dette tyder på at omfattende korttidsutleie, definert som næringsdrivende, i liten grad benytter Airbnb som plattform for utleievirksomhet.



Figur 4: Næring kontra privat

Det er nærliggende å tro at dette kan, i hvert fall til dels, tilskrives tjenestegebyret Airbnb tar for å tilrettelegge for utleieaktivitet og betalingsformidling gjennom sin plattform. Næringsdrivende kan antakeligvis gjøre dette mer effektiv på egenhånd, hvilket eliminerer behovet for utleievirksomhet gjennom Airbnbs delingsplattform. Det kan i tillegg anføres at næringsdrivende i større grad benytter seg av langtidsutleie, da omfattende korttidsutleie på fem eller flere utleieenheter vil kreve mye vedlikeholdsarbeid.

## 5.3 Steg 2

I dette steget av utregningen estimerer vi omsetning og skattepliktig inntekt fra Airbnb-utleie på landbasis. Ettersom datasettet vårt innbefatter omsetningstall for kun tre byer i Norge vil vi måtte oppjustere vårt estimat på skattepliktig inntekt til å omfatte hele landet. Videre er det behov for en parameter slik at vi kan skille mellom næringsinntekt og privat omsetning. Det kan anføres at leieinntekter avhenger av utleieenhets aktivitetsnivå, hvilket tilsier at omsetning kan oppjusteres ved bruk av Airbnb-aktivitet som parameter. Vi erkjenner at en sammenligning av inntekter basert på totale utleieinntekter i Norge ville vært å foretrekke, men slik informasjon er ikke offentliggjort. Aktive verter på landsbasis er et av få tallmaterialer som er tilgjengelig, og vi er således avhengig av å benytte aktive verter som mål på Airbnb-aktivitet.

Vi har fra steg 1 tall på aktive verter med omsetning fra henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø. Antall aktive Airbnb-verter i disse tre byene var totalt 7862 med tilhørende gjennomsnittlig omsetning på NOK 48 800. Totalomsetning for både privatpersoner og næringsdrivende på Airbnb er pålydende NOK 383,5 millioner. Ifølge delingsøkonomiutvalget var det 14 900 aktive verter på landsbasis i 2016 (NOU 2017:4, s. 124). De har henvist til Airbnb som kilde for denne informasjonen uten at den er gjengitt i rapportens kildeliste med konkret henvisning. Vi har derfor ikke funnet primærkilden, men forutsetter at et regjeringsoppnevnt delingsøkonomiutvalg, bestående av høyt utdannede akademikere, har innhentet et pålitelig tallgrunnlag. For å finne omsetning for Norge benytter vi denne parameteren, aggregert omsetning fra datasettet vårt og antall aktive verter gitt av delingsøkonomiutvalget. Dette krever en implisitt forutsetning om at omsetning per Airbnb-vert er lik i hele Norge. Totalomsetningen på landsbasis blir således NOK 726 888 000, hvilket er basert på den egenkomponerte parameteren (Vedlegg 2). Denne innbefatter aktive verter på landsbasis dividert på antall aktive verter i Oslo, Bergen og Tromsø.

---

Det er forhold som tilsier at gjennomsnittsomsetning for Airbnb-verter i de tre byene ikke nødvendigvis er representativt for gjennomsnittsomsetning i hele Norge. Det vil være store regionale forskjeller i priser knyttet til korttidsutleie, som teoretisk sett bør være korrelert med prisnivået i de ulike byene. På bakgrunn av dette vil det antakeligvis være dyrere å leie i Oslo enn i mange andre byer, grunnet høye boligpriser og således høyere leiepriser. En mulig løsning kan være å nedjustere gjennomsnittspriser på overnatting basert på boligprisnivået i våre tre byer, relativt sett mot boligprisnivået i resten av landet. Dette vil imidlertid gi estimater som kun er nedjustert med én faktor, og som har tilhørende uviss forklaringsgrad. Vi kunne også selv ha foretatt såkalt *skraping* av Airbnbs nettside og deretter sammenlignet overnattingspriser på landsbasis med Oslo, Bergen og Tromsø. Vi bemerker oss at det vil kunne foreligge regionale forskjeller i pris, men har ikke kapasitet til å justere gjennomsnittsprisen fra datasettet vårt. Av den grunn forutsettes det at gjennomsnittsprisen for de tre byene i datasettet er representativt for resten av landet.

Den andre sentrale forutsetningen for aggregert omsetning er antall aktive verter. Ved å benytte parameteren *aktive verter* impliserer vi at Oslo, Bergen og Tromsø står for 53 % av antallet Airbnb-verter på landsbasis. Det foreligger en del empiri knyttet til en slik forutsetning, gitt av tidligere masterutredninger og relevante artikler. En artikkel fra 2015 beskrev at Airbnb-aktivitet i de tre byene utgjorde 63 % av totalen i Norge (Winther, 2015). Det er imidlertid slik at Airbnb har gått fra 7900 verter i 2015 til 14 900 i 2016, hvilket tilsier at denne dynamikken kan ha endret seg betraktelig på to år. Videre viser en empirisk undersøkelse, foretatt ved inngangen til 2016, at antall aktive verter i de tre byene utgjorde 82 % av total Airbnb-aktivitet i landets ti største kommuner (Jordet & Lehne, 2016, s. 47). Det vil derfor være grunnlag for å hevde at det foreligger forskjellige estimater på Airbnb-aktivitet, basert på aktive verter i de tre byene sett opp mot resten av landet. Vi velger imidlertid å benytte oss av vår sammenligningsparameter. Dette begrunnes med at antallet aktive verter i de tre byene kommer fra vår egen utregning, og hvor det faktiske datagrunnlaget er levert av en anerkjent internasjonal aktør. Estimater på antall aktive verter i Norge er hentet fra delingsøkonomiutvalgets innstilling til finansdepartementet, hvilket vi anser å være en pålitelig kilde.

### **5.3.1 Parameter for skille av næringsinntekt og privatpersoners inntekt, samt skattepliktig omsetning**

Vi fant i steg 1 at totalomsetningen for både privatpersoner og næringsdrivende på Airbnb var pålydende NOK 383,5 millioner. Dette utgjorde henholdsvis NOK 352 500 000 for

privatpersoner og NOK 31 000 000 for næringsdrivende. Vi er innforstått med at det vil foreligge regionale forskjeller, men det kan anføres at anslaget basert på 53 % av antallet Airbnb-verter i Norge er et betydelig utvalg. Det forutsettes derfor at parameteren for sammenligning er relativt lik for hele landet. Samme forutsetning tas angående relativ andel av skattepliktig omsetning, sammenlignet med total omsetning for de to klassifiseringene. For næringsdrivende er total omsetning lik brutto skattepliktig inntekt, mens for privatpersoner foreligger det et skattefritt beløp på NOK 10 000. Dette utgjør nærmere 19 % av total privat omsetning knyttet til utleievirksomhet gjennom Airbnb.

Vi vet at den totale omsetningen tilskrives i stor grad privatpersoner. Den relative omsetningsandelen i vårt datasett er 92 %. Det forutsettes at denne andelen også er lik for resten av landet. Total omsetning for privatpersoner for inntektsåret utgjør dermed NOK 668 156 000. Ved å benytte nevnte skattefritaksbeløp for privatpersoner finner vi at brutto skattepliktig inntekt på landsbasis er pålydende NOK 543 155 000. Ettersom skattefritaksbestemmelsen ikke er gjeldende for næringsvirksomhet vil dermed omsetning og brutto skattepliktig omsetning være det samme beløpet. Dette gir at brutto skattepliktig inntekt for næringsdrivende er NOK 58 731 000.

## 5.4 Steg 3

### 5.4.1 Netto skattepliktig inntekt og skatt for privatpersoner

Det må tas hensyn til de skattemessige fradragsberettigede kostnadene før vi foretar skatteberegninger knyttet til privat utleievirksomhet via Airbnb for inntektsåret 2016. Vi har fått opplyst akkumulerte tall for fradrag og omsetning for privatpersoners utleie for årene 2013 til 2015 fra Skatteetaten (Håndlykken, e-post, 9. Mars 2017). Tallgrunnlaget som vi har fått informasjon om er hentet fra utleieskjemaet RF-1189. Privatpersoner som har skattepliktige leieinntekter må fylle ut og levere RF-1189 sammen med skattemeldingen. Skatteetaten opplyser at gjennomsnittlig fradragsgrad for perioden 2013-2015 er 46,8 %, og har vært forholdsvis lik for hvert av de tre årene. Maksimal forskjell mellom årene i perioden har ikke vært høyere enn 1,1 prosentpoeng. Ved å benytte denne fradragsgraden kan vi beregne skattepliktig inntekt på landsbasis. Skattepliktig inntekt etter fradrag for kostnader er nærmere NOK 289 182 000. Kapitalinntekt beskattes som alminnelig inntekt, gitt av relevante skatteregler i kapittel 3.1, og innebærer en flat skatt på 25 % for inntektsåret 2016. Dette gir at skatteprovenyet fra privatpersoners utleieaktivitet gjennom Airbnbs delingsplattform er pålydende NOK 72 295 000.

---

## 5.4.2 Netto skattepliktig inntekt og skatt for næringsdrivende

Skatteberegningen for kapitalinntekt var relativt enkel, men utregningen knyttet til næringsinntekt er noe mer kompleks. Dette kan tilskrives fire forhold. Det første forholdet er at det beregnes flat skatt på alminnelig inntekt, i tillegg til trinnskatt og trygdeavgift på personinntekt. Det andre forholdet er at det må foreligge en vurdering på hvorvidt omsetningen er merverdiavgiftspliktig. Vi konkluderte imidlertid i kapittel 3.4 med at merverdiavgift ikke beregnes, da regelverket er uklart på dette området. Det tredje forholdet er at vi må forutsette hvor mye fradrag som kan trekkes fra omsetningen slik at vi har et utgangspunkt for beskatning av alminnelig inntekt. Det siste forholdet er at skjermingsgrunnlagets størrelsesorden må vurderes når vi tar for oss beregning av personinntekt.

### *Skatt av alminnelig inntekt*

Fradrag knyttet til alminnelig inntekt er i prinsippet lik for næringsdrivende og privatpersoner. Det kan argumenteres for at driftskostnadene er lavere for næringsdrivende, ettersom de har størrelse og erfaring som kan tilrettelegge for mer effektiv drift. Vi har imidlertid ikke tallgrunnlag til å kunne foreta noen annen vurdering enn for privatpersoners kommersielle utleievirksomhet. På bakgrunn av dette velger vi å benytte samme fradragsgrad oppgitt fra skatteetaten, hvilket er 46,8 %. Dette gir oss netto skattepliktig omsetning på NOK 31 269 000. Beløpet beskattes som alminnelig inntekt med flat skattesats på 25 % for inntektsåret 2016 og gir et skatteproveny tilsvarende NOK 7 817 000. I tillegg til flat beskatning vil næringsinntekt også beskattes progressivt som personinntekt.

### *Skatt av personinntekt*

Bruttobeløpet knyttet til personinntekt er i vårt tilfelle alminnelig inntekt før fradrag for kostnader. Vi har tidligere i utredningen omtalt dette beløpet som brutto skattepliktig inntekt. For næringsdrivende er dette beløpet det samme som omsetning, da skattefritaksbeløpet på NOK 10 000 kun er gjeldende for privatpersoner.

Hva angår størrelsesordenen på skjermingsfradraget er det vanskelig å enes om et gjennomsnitt som er passende for alle næringsdrivende. Det er flere usikre elementer her. Skjermingsgrunnlagets utgangspunkt er verdien av driftsmiddelet ved saldoverdi. Sistnevnte innebærer skattemessig balanseverdi, hvilket er anskaffelseskost med fratrukk for avskrivninger siden anskaffelse. Som tidligere presisert er årlig avskrivningssats for bygg og anlegg inntil 4 % årlig. For boligeiendom impliserer dette at verdien av driftsmiddelet ikke er markedspris, men historisk kjøpesum. En eventuell påkost er balanseført i saldobalansen og

det er avskrevet 4 % av saldo hvert år. Konsekvensen av dette er at saldoverdien antakeligvis er lavere enn markedspris, avhengig av anskaffelsestidspunktet for eiendommen. Det vil antakeligvis foreligge regionale forskjeller, men det norske boligmarkedet har i lengre tid vært gjenstand for en kraftig boligprisvekst. Videre vil utlånene kunne ha økt selv om saldoverdiene har falt. Finansinstitusjoner tar hensyn til markedspris og ikke saldoverdier. Av den grunn kan gjeldsbelastningen for eiere med utleieaktivitet stige, selv om saldoverdien har vært fallende. I slike tilfeller kan således gjeldsbelastningen overskride saldoverdien på den aktuelle eiendommen. Som presisert i kapittelet om relevante skatteregler vil gjeld til finansinstitusjoner bli fratrukket i utregningen av skjermingsgrunnlaget. Det kan dermed tenkes at skjermingsgrunnlaget blir null grunnet høy gjeld. Skjermingsgrunnlaget vil aldri bli negativt, men renter på gjeld som overskrider skjermingsgrunnlaget skal tillegges beregningen av personinntekt (Fallan, 2013). Høy gjeld kan derfor føre til at personinntekten for boligeiere med utleieaktivitet blir høyere enn alminnelig inntekt.

Det motsatte vil være tilfellet når en eiendom har saldoverdi lik markedsverdi, hvor det kan ha blitt utført betydelige oppgraderinger eller hvor kjøpet nylig har funnet sted. Dersom dette er reelt og eiendommen er i tillegg finansiert med høy egenkapitalandel, vil skjermingsgrunnlaget være av en betydelig art. Det er imidlertid slik at fradragene vil begrenses i omfang, da skjermingsrenten er 0,5 %. Dette kan illustreres med et talleksempel. En saldoverdi etter kjøp av et større leilighetskompleks på NOK 20 millioner, finansiert med egenkapital, vil gi et skjermingsfradrag tilsvarende NOK 100 000. Det er nærliggende å tro at det er lite sannsynlig at et slikt leilighetskompleks kan finansieres uten gjeld. Uavhengig av dette er fradragene kun NOK 100 000. På bakgrunn av lite opplysninger og vanskeligheter med å produsere et godt estimat har vi valgt å ekskludere beregninger vedrørende skjermingsfradrag i denne utredningen. Estimatet ville vært preget av for mange svake forutsetninger og påvirkningen på skatteproveny er uansett marginalt. Vi benytter dermed alminnelig inntekt som grunnlag for personinntekt videre. Trygdeavgiften er lik for alle næringsdrivende og tilsvarer 11,5 % av personinntekten. Trinnskatt varierer følgelig av inntekten, så vi har foretatt beregninger for hver enkelt skattyter. Grunnlaget for personinntekt blir derfor alminnelig inntekt. Dette gir oss et skatteproveny, generert fra trinnskatt, som utgjør NOK 1 662 000 på landsbasis. Totale trygdeavgifter er pålydende NOK 6 754 000.

---

### 5.4.3 Totalt skatteproveny generert av personer via Airbnb

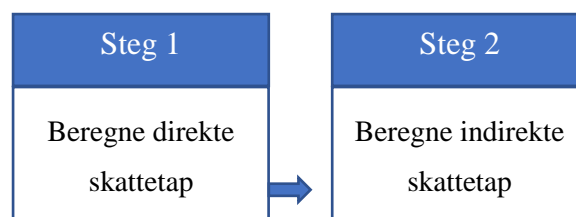
Det totale skatteprovenyet gitt av personers utleieaktivitet på Airbnb for inntektsåret 2016 er dermed NOK 88 529 000. Dette er basert på sentrale forutsetninger og at delingsøkonomiutvalgets forslag blir vedtatt. Effektiv skatt for 2016 er dermed 12,18 % av total omsetning. For private skattytere tilsvarer dette 11 % effektiv skattesats, mens det utgjør 28 % for næringsdrivende.

## 5.5 Tapt skatt gitt av Airbnbs tilstedeværelse i markedet

I denne delen av utredningen vil vi beregne tapt skatt som følge av at Airbnb tilstedeværelse i overnattingsmarkedet har fortrenget tradisjonell hotellomsetning. Det er både direkte og indirekte tap knyttet til dette. Direkte tap er lavere overskudd for hotellnæringen, som igjen resulterer i lavere skatteproveny for den norske stat. Indirekte tap er skatteplikten som potensielt ville vært utløst av lønnsinntekter for arbeidstakere i hotellnæringen, samt avgifter som arbeidsgiveravgift. Norske skattemyndigheter vil også potensielt tape merverdiavgift, som følge av at flere leietakere velger Airbnb-opphold fremfor hotellovernattinger.

Det foreligger også andre typer indirekte tap knyttet til Airbnbs tilstedeværelse i overnattingsmarkedet. Dette kan eksempelvis være redusert omsetning på tilleggstenester som tilbys ved hotellovernatting, herunder restaurantbesøk. Denne sammenhengen er imidlertid ikke klar. På den ene siden kan det argumenteres for at private utleieenheter, med tilgang til kjøkken, vil kunne resultere i færre restaurantbesøk. Det er nærliggende å tro at enkelte besøkende i slike tilfeller vil ønske å lage maten selv, ettersom det er billigere. På den annen side er majoriteten av Airbnb-gjester på ferieopphold, hvor betalingsvilligheten for restaurantbesøk og opplevelser er betraktelig høyere enn i landet hvor gjesten(e) er hjemmehørende. Det vil dermed være vanskelig å foreta beregninger som representerer tapt omsetning gitt av den enkeltes betalingsvilje i Norge. Hva angår tapt hotellomsetning er det kun en brøkdel som ville blitt balanseført som overskudd og deretter beskattet. Størstedelen av omsetningen vil måtte dekke kostnader som akkumuleres i den operasjonelle driften. Det kan anføres at det i de fleste tilfeller vil være slik at kostnader for hotellnæringen leder til inntekter for en motpart. Dette kan være kostnader for varer og tjenester, heriblant vask av sengetøy, driftsmaterielle, forsikringer og vedlikehold. De som yter slike tjenester vil normalt selge varer og tjenester med en positiv margin, hvilket medfører skatt på overskudd. Det er også nærliggende å tro at hotellnæringen, som følge av lavere overskudd, vil potensielt redusere sine kapitalinvesteringer i ny kapasitet eller oppgraderinger av eksisterende kapasitet.

Det kan dermed argumenteres for at slike indirekte tap kan beregnes i utredningen. Dette er imidlertid kostnader som i stor grad blir overført til private skattytere som bedriver utleieaktivitet gjennom Airbnb og er således inkorporert i skatteberegningene som ble utført i første del av analysen. Skattyteren vil kunne utsettes for ytterligere kostnader knyttet til utleievirksomhet, som vedlikehold, hvilket antakeligvis også tilskrives som inntekter for en motpart. Det blir derfor vanskelig å fastslå at et skifte mot privat boligutleie fører til reduserte inntekter for motparter av driftsrelaterte kostnader, som igjen resulterer i lavere innbetalt skatt for Norge. De reduserte kapitalinvesteringene vil mest sannsynlig investeres i andre prosjekter og er derfor ikke nødvendig å beregne. Et forsøk på å kvantifisere effektene, gitt av diskusjonen over, ville krevd betydelige forutsetninger og funn preget av lav validitet. Vi vil således kun se på potensielt tap av sysselsatte innen hotellnæringen med tilhørende skattepliktighet av arbeidsinntekt, hva angår indirekte tap. Den stegvise prosessen er illustrert i figur 5 nedenfor.



Figur 5: Illustrasjon av stegvis prosess for beregning av fortrent skatteproveny

## 5.6 Kvalitative funn på Airbnbs innvirkning på tradisjonell overnattingsvirksomhet

Det er foretatt en rekke kvantitative undersøker som har bevist negative sammenhenger mellom økt Airbnb-tilbud og hotellomsetning. Jordet og Lehne påviste i sin masterutredning (2016) om utfordringer med delingsøkonomien at en 10 % økning i Airbnb-tilbudet fører til en 0,4 % reduksjon i hotellomsetning. Tilbudet i utredningen var målt ved antall unike verter (Jordet & Lehne, 2016). Som vi tidligere har presisert kan hver enkelt vert være i besittelse av flere aktive utleieenheter. Det kan følgelig diskuteres om antall aktive utleieenheter ville vært et mål på tilbudet.

En liknende masterutredning i samfunnsøkonomi på UiB, bekrefter også en negativ korrelasjon mellom økt Airbnb-tilbud og hotellomsetning (Ytreberg, 2016). Det vises til at en 10 % økning i Airbnb-tilbud reduserer hotellomsetning med 0,3 %. I denne utredningen var Airbnb-tilbudet målt ved tilgjengelige oppføringer på Airbnb sine nettsider. Dette innebærer treff på Airbnbs nettside når datagrunnlaget ble innhentet. En tilgjengelig eiendom betyr



---

nødvendigvis ikke at det har vært omsetning på eiendommen de siste 12 månedene. I tillegg kan flere oppføringer tilhøre samme Airbnb-vert, hvilket impliserer at det er flere eiendommer enn verter. Vi kan derfor anta at sammenhengen vil være svakere når tilbudsvariabelen inkluderer et større utvalg, som er tilfelle med funnet i utredningen til Ytreberg sett opp mot funnet til Lehne og Jordet. Det er nokså logisk at resultatet viser en noe svakere sammenheng, tatt i betraktning at det foreligger flere tilgjengelige eiendommer enn verter.

Det har også vært en tredje undersøkelse som påviser en negativ korrelasjon mellom Airbnb-tilbud og hotellomsetning (Zervas & Proserpio, 2016). Sammenhengen er vist for et datasett samlet inn i USA, nærmere bestemt Texas, og er således ikke direkte sammenlignbart med Norge. Resultatene i undersøkelsen viser at en 10 % økning i Airbnb-tilbud fører til en 0,39 % reduksjon i hotellomsetning. Tilbudet er her målt med samme referansepunkt som i utredningen til Ytreberg. Ettersom vi har mål på antall aktive Airbnb-verter vil det være mest hensiktsmessig å benytte resultatene fra utredningen til Lehne og Jordet. Det styrker imidlertid validiteten på resultatene at Ytrebergs utredning bekrefter en negativ sammenheng mellom Airbnb-tilbud og hotellomsetning.

## 5.7 Omsetningstap knyttet til tradisjonell overnatting

Delingsselskapet Airbnb har hatt en eksplosiv utvikling i Norge de siste årene, i hvert fall dersom man regner i relative termer. Ved utgangen av 2014 var det 3600 aktive verter på landsbasis (NOU 2017:4, 2017, s. 124). Gitt at gjennomsnittsomsetninger per Airbnb-vert er lik for tallene i 2016, ville dette gitt en årlig omsetning på rundt NOK 175 622 000. Basert på våre beregninger genererte utleieaktivitet, både privatpersoner og næringsdrivende, gjennom Airbnb leieinntekter pålydende NOK 726 888 000 i 2016. Dette er en økning i omsetning på over 410 % for toårsperioden. I absolutte termer er imidlertid Airbnb fortsatt en liten aktør. Total omsetning innen losjibransjen for 2016 er ifølge statistisk sentralbyrå NOK 13 700 000 000 (SSB, 2017a).

Våre beregninger tar utgangspunkt i perioden 2014-2016. Dette grunnet at selskapet hadde en relativt beskjeden posisjon i markedet før den tid (Lekve, 2013). Vi benytter resultatet fra utredningen til Jordet og Lehne som tapsprognose på omsetning, hvilket gir en tapt hotellomsetning på 5,52 % aggregert for perioden 2014 til 2016. Dette utgjør NOK 756 000 000 i tapt omsetning for hotellnæringen (Vedlegg 3).

### **5.7.1 Direkte skattetap - tapt skatt av hotellomsetning**

For å beregne tapt skatt, som følge av omsetningstapet, er vi avhengig av en resultatgrad som gjenspeiler lønnsomheten til hotellnæringen. Det er flere mulige løsninger. Vi har imidlertid valgt å løse det ved å kjøpe Horwath sin rapport *Norsk hotellnæring 2016*. Selskapet er verdens største rådgivningsfirma innen hotell og reiseliv, og har kontorer i 39 land (Horwath, u.d). De utarbeider årlig en rapport om de økonomiske forholdene i den norske hotellnæringen og har DnB som hovedsamarbeidspartner for arbeidet (Horwath, 2016). Rapporten inneholder blant annet en spørreundersøkelse som er sendt til alle norske bedrifter, hvor informasjon om nøkkeltall blir etterspurt. Det fremgår av rapporten fra 2016 at gjennomsnittlig resultatgrad for hotellene som har respondert på undersøkelsen før skatt er 7,5 %. Dette nøkkeltallet er fratrukket kostnader som avskrivninger og finanskostnader. Horwath opplyser at rundt 200 hoteller har fylt ut spørreundersøkelsen som danner grunnlaget for rapporten i 2016. På bakgrunn av dette anser vi tallgrunnlaget fra hotellrapporten som pålitelig.

Normale eierforhold i hotellbransjen er trolig aksjeselskap eller former for ansvarlige selskap. Denne antakelsen kan underbygges ved at Scandic og Choice, de to største kjedene, er registrert som aksjeselskap i Brønnøysundregistrene (Brønnøysundregistrene, 2017a; Brønnøysundregistrene, 2017b). Et slikt eierforhold utløser skattepliktighet på selskapets overskudd med en flat skattesats på 25 %. Gitt at overskuddet utbetales som utbytte til personlig aksjonær vil beløpet også måtte utbyttebeskattes med skattesats på 28,75 % for inntektsåret 2016.

Direkte skatt som følge av den tapte hotellomsetningen er selskapsbeskatningen. Skattebyrden kan potensielt fordoble seg dersom utbytte blir utbetalt til personlig aksjonær. Aksjeselskaper har imidlertid anledning til å plassere overskudd i selskapet over en lengre periode, hvilket gir at nåverdien av denne skattebetalingen er vanskelig å kvantifisere. Av den grunn er tapt skatt som følge av hotellnæringens omsetningstap NOK 14 175 000 (Vedlegg 4). Det kan i tillegg tenkes at dette vil være gjenstand for dobbeltbeskatning dersom selskapet utbetaler utbytte.

### **5.7.2 Indirekte skattetap - tapt skatt og avgift av lønn til sysselsatte**

Dersom omsetning innen hotellnæringen ikke hadde vært tapt, ville aktørene antakeligvis hatt behov for å styrke arbeidsstokken sin. Vi ønsker å se nærmere på denne effekten og finner det naturlig å starte med omsetning per sysselsatt. Det er vanskelig å beregne eksakte tall på dette og det kan foreligge stor variasjon mellom de ulike aktørene i hotellnæringen. Vi benytter tall nevnte hotellrapport. I spørreundersøkelsen har respondentene spesifisert personalkostnader i

---

prosent av omsetning. Denne utgjør i gjennomsnitt 37,3 % for utvalget. Vi kan tolke dette dit hen at dersom hotellnæringen ikke hadde tapt NOK 756 millioner i omsetning, som følge av Airbnbs tilstedeværelse i markedet, ville 37,3 % gått med til personalkostnader. Personalkostnader innbefatter kostnader knyttet til personell, lønnskostnader, avsetning til feriepenger, forsikring og feriepenger. Det vil derfor være slik at personalkostnader er større enn utbetalt lønn. Vi har fått bekreftet at dette er tilfellet av en ansatt i Horwath (Sivertsen, e-post, 6. april 2017). Vedkommende hadde imidlertid ikke eksakte tall på hvor mye større personalkostnadene var relativt sett opp mot brutto lønn.

Vi er avhengig av å finne gjennomsnittslønn for sysselsatte i hotellnæringen for å kunne beregne tapte lønnskostnader. Det benyttes tall innhentet fra Statistisk Sentralbyrå på gjennomsnittslønn for sysselsatte innen hotell- og restaurantvirksomhet, men disse er ikke blitt oppdatert siden 2014 (SSB, 2014). Vi oppjusterer imidlertid tallene med 2 % årlig, hvilket representerer gjennomsnittlig lønnsvekst de foregående årene i hotellbransjen. Dette gir oss en gjennomsnittslønn på omtrent NOK 385 000 for 2016. Når vi legger til arbeidsgiveravgift, avsetning til feriepenger og andre kostnader, får vi en total kostnadsøkning på 36,2 % fra brutto lønn (Vedlegg 5). Gjennomsnittlig lønnskostnad per årsverk summeres da til rundt NOK 525 000. Videre vet vi at lønnskostnaden per årsverk er 37,3 % av omsetningen i hotellnæringen. Årlig gjennomsnittlig omsetning i hotellbransjen beregnes dermed til NOK 1 400 000 per sysselsatt. Som nevnt i avsnittet over er akkumulert tapt hotellomsetning nærmere NOK 756 millioner for 2014 til 2016. Dette gir at Airbnbs tilstedeværelse har ført til 537 tapte årsverk for hotellnæringen i perioden, gitt at forholdet mellom omsetning og sysselsatte er korrekt.

Det er ønskelig å kontrollere tallet for omsetning per sysselsatt, da dette er et essensielt forholdstall for beregningene. Det fremgår av SSB at omsetningen for overnattingsbransjen for 2015 var NOK 27,9 milliarder. Antall sysselsatte, målt i normalårsverk, var 24 700 (SSB, 2015). Dette gir en årlig gjennomsnittlig omsetning per sysselsatt på NOK 1 130 000. Tallene fra SSB omfatter hele overnattingsbransjen på landsbasis. Spørreundersøkelsen i Horwath sin hotellrapport er kun sendt ut til norske hoteller, og det fremlegges en responsrate på omtrent 20 % for 2016. Det er nærliggende å tro at hoteller vil ha mer effektiv drift og større omsetning enn mindre overnattingssteder. Vi velger å benytte tallene til Horwath, ettersom tapt hotellomsetning er mer relevant for oss. Samtlige av de kvalitative studiene belyser sammenhengen mellom Airbnb-tilbud og redusert hotellomsetning. Annen overnattingsformidling som hostel, hytter og camping er trolig mindre påvirket. Dette kan

begrunnes med at hotellovernattinger antakeligvis er i større grad substituerbart med Airbnb-utleie enn andre overnattingstjenester.

Vi kan videre beregne skatt av lønnsinntektene som følge av 537 tapte årsverk. Dette vil avhenge av effektiv skattesats. Lønnsinntekt beskattes som alminnelig inntekt og personinntekt. Effektiv skattesats for gjennomsnittsinntekten på NOK 385 000 med kun fratrukk for minstefradrag og personfradrag, er 24,7 % for inntektsåret 2016. Skattebeløpet kan dekomponeres i trinnsnittskatt pålydende NOK 3000, trygdeavgift NOK 31 570 og fellesskatt NOK 60 450. Ved å summere skattebeløpene finner vi at tapte sysselsatte vil redusere innbetalt skatt av lønnsinntekt med NOK 44 400 000. Den norske stat vil i tillegg tape arbeidsgiveravgift på 14,1 % av brutto lønn, hvilket utgjør NOK 39 800 000.

Det er naturlig å tro at overnattingsvirksomheter har tilgang på ringehjelp og kan benytte seg av overtidarbeid dersom det foreligger variasjon i etterspørselen på kort sikt. Lønnskostnadene vil derfor ikke utelukkende være faste, men også bestå av en variabel komponent. Vi kan dermed argumentere for at det ikke er slik at 537 årsverk har blitt avskjediget, men at det vil bli mindre alminnelig arbeid og overtid for arbeidsstokken. Lønnskostnadene vil forbli de samme. På lengre sikt kan det imidlertid anføres at overnattingsvirksomheter må redusere antall årsverk som følge av tapt omsetning. Merk at dette er tapt skatt over en toårsperiode, basert på lavere lønnsutbetalinger og tapt omsetning. Både omsetningstapet, lønnsandelen av omsetningen og gjennomsnittslønn med effektiv skattesats innebærer forutsetninger i utregningen. Det samlede skattetapet for perioden 2014 til 2016, som følge av Airbnbs tilstedeværelse i overnattingsmarkedet, tilsvarer omtrent NOK 98 400 000. Effektiv skattesats på tapt omsetning er 13 %, hvilket er marginalt høyere enn effektiv skattesats på Airbnb-omsetning i Norge.

## 5.8 Totaleffekt på skatteprovenyet i overnattingsbransjen

Vi har nå anledning til å sammenligne *vunnet* skatt ved endret beskatningsregel knyttet til korttidsutleie, samt *tapt* skatt fra hotellnæringen som følge av at Airbnb har fortrent hotellomsetning. Det bemerkes at tallene for tapt omsetning ikke er direkte sammenlignbare, da tapsberegningene er basert på en toårsperiode. Skattetapet er således ikke årlig tap, men akkumulert tap for de siste 2 årene. *Vunnet* skatt derimot er skatteproveny generert av Airbnb-utleie i 2016. Vi kan imidlertid forsøke å gi en tapsprognose for årene fremover.

Vi har beregnet effektiv skatt på Airbnb-omsetning og *tapt* skatt som følge av redusert omsetning for hotellnæringen. Nevnerbeløpene er ikke like, hvilket impliserer at det ikke kan

---

foreligge en sammenligning av de effektive skattesatsene. Det vil derfor være behov for å benytte sammenhengen mellom Airbnb-aktivitet og tapt losjionsetning for tradisjonell hotellvirksomhet. Som tidligere presisert vil en 10 % økning i antall Airbnb-verter føre til en 0,4 % reduksjon i hotellomsetning. Vi kan således eksemplifisere skatteprovenyet, gitt av en 10 % økning i omsetning. Effektiv skattesats for Airbnb-utleie er tidligere utregnet til 12,18 %. Dette gir en økning i skatteproveny pålydende NOK 8 853 000 (Vedlegg 6).

For tapsprognosen antar vi at en 10 % økning i omsetning innebærer en 10 % økning i antall Airbnb-verter, som er brukt som mål på Airbnb-aktivitet. Dersom vi tar utgangspunkt i losjionsetningen for 2016 på NOK 13,7 milliarder, samt antagelsen om at 10 % økning i Airbnb-tilbud vil redusere hotellomsetning med 0,4 %, kan vi kalkulere *tapt* hotellomsetning. Denne utgjør NOK 54 800 000. *Tapt* skatteproveny er avhengig av effektiv skattesats, som vi kalkulerte til 13 % tidligere i utredningen. Dette gir at tapsprognosen på skatteprovenyet beregnes til NOK 7 128 000. Vi kan dermed konkludere med at *vunnet* skatt er marginalt høyere enn *tapt* skatt, som følge av Airbnb-omsetning (Vedlegg 6).

Prognosen tar ikke hensyn til selskapsskatt som Airbnb eventuelt betaler, hvilket vil bidra til at skatteproveny fra overnattingsbransjen blir større. I innledningen kommenterte vi at Airbnb ikke har skatteplikt i Norge for virksomhetsinntekter etter dagens regler. Vi vil i utredningens andre del analysere om dette vil være tilfellet etter de foreslåtte endringene.

## 5.9 Konklusjon del 1

Vi har i analysen forsøkt å belyse hvorvidt skatteproveny i overnattingsbransjen berøres av Airbnbs utleieaktivitet. Det avdekkes at delingsøkonomiutvalgets forslag til beskatning øker skatteproveny fra Airbnbs utleieaktivitet betraktelig, sammenlignet med tidligere studier. Videre har vi forsøkt å kvantifisere Airbnbs negative innvirkning på skatteproveny fra hotellvirksomheter. Sett i sammenheng med delproblemstilling 1, konkluderer analysen med at overnattingsbransjens skatteproveny vil øke som følge av Airbnbs aktivitet i overnattingsmarkedet. Airbnbs negative innvirkning på hotellvirksomheter er dermed lavere enn skatteprovenyet som genereres fra Airbnb-verters plattforminntekter. Funnet er motstridende til vår initiale hypotese om at Airbnbs tilstedeværelse i det norske overnattingsmarkedet er et samfunnsproblem. Selskapet undergraver ikke statens skatteinnngang og finansiering av velferdsstaten. Problemstillinger vedrørende skatt som Airbnb medbringer er således begrenset til potensielle skatteforskjeller internt i overnattingsbransjen, og ikke problematisk for samfunnet som helhet.

## 6. Del 2: Innledning

Utredningens første del tar ikke hensyn til eventuell selskapsskatteplikt for Airbnb. Dersom slik skatteplikt foreligger vil overnattingsbransjens skatteproveny økes ytterligere. For å kunne analysere hvorvidt endringsforslagene presentert i BEPS-prosjektet kan ha innvirkning på Airbnbs skatteplikt til Norge, er det behov for en gjennomgang av regelverket tilknyttet internasjonal beskatning. Det vil gis en beskrivelse av relevante aksjonspunkter fra BEPS-prosjektet som kan påvirke skatteplikten til delingsaktører, samt en sammenligning av disse punktene mot dagens regelverk. Deretter vil det utføres minicase-analyser for å etablere hvorvidt skatteplikten til delingsaktørene Airbnb og Uber påvirkes av de foreslåtte endringene. Sistnevnte inkluderes for å gi et mer helhetlig bilde av eventuelle grenseverdier vedrørende skatteplikt innen delingsøkonomien.

### 6.1 Internasjonale beskatningsregler

En viktig mellomstatlig mekanisme for å forhindre beskatningsskjevhet er bilaterale skatteavtaler, hvilket søker å fordele beskatningsrett mellom avtalestater (Arntzen, 2000). Skatteavtaler kan ikke benyttes som hjemmelsgrunnlag til beskatning og må fortolkes uavhengig. Dette tilsier at skattemyndigheter må undersøke om det finnes internrettslig lovhjemmel for beskatning, og hvilken avtalestat som har tilknytning til skattesubjektet (KPMG, 2017). Løsningen for å inkorporere skatteavtaler i Norsk internrett er blitt gjort ved å vedta den såkalte «dobbelbeskatningsavtaleloven» (Lovdata). Dette innebærer at skatteavtaler Norge inngår blir gjort til norsk internrett (Zimmer, 1992, s. 52), jf. dobbelbeskatningsavtaleloven § 1. Majoriteten av skatteavtaler benytter OECDs mønsteravtale som fundament når slike avtaler utformes (Skatteetaten, u.d-f). Formålet med mønsteravtalen er å hindre skattemessig diskriminering og dobbelbeskatning (OECD, 2014, s. 12). Det har i senere tid blitt utarbeidet kommentarer knyttet til mønsteravtalens innhold som kan benyttes ved tolkning av skatteavtalens bestemmelser (OECD, 2014, s. 13). Det norske rettsvesenet tillegger mønsteravtalen og tilhørende kommentarer betydelig vekt ved håndhevelse og tolkning av skatteavtaler (Rt. 2008 s 577 Sølvik).

Multinasjonale foretak med forretningsprosesser i flere land må innrette seg etter gjeldende skattelovgivning i hvert enkelt land (Johnsen, 2017). Et foretak hjemmehørende i Norge beskattes for hele sin inntektsstrøm, såkalt globalbeskatning, eksempelvis når det er etablert at virksomhetens ledelse utøves i landet (Skatteetaten, u.d-f). Dermed kan foretak som driftes fra Norge, men er registrert i utlandet, anses som hjemmehørende. Norske skattemyndigheter har

---

ikke hjemmel til å kunne ilegge foretak, hjemmehørige i utlandet, alminnelig skatteplikt på deres inntektsstrømmer, men det kan likevel foreligge grunnlag til *begrenset skatteplikt*. Mønsteravtalens artikkel 7 fremstiller regler for beskatning av multinasjonale selskaper som ikke er hjemmehørige i Norge, men kan ha *begrenset skatteplikt* (OECD, 2003). Dersom et selskap har fast driftssted i en stat skal fortjenesten som kan tilskrives det faste driftsstedet skattlegges i staten, jf. artikkel 7 første ledd. Mønsteravtalens første og andre ledd definerer hva som menes med et fast driftssted, herunder forretningsinnretninger som en filial, et kontor, en fabrikk og et sted for ledelse. Foretak i Norge som kommer innunder bestemmelsen om fast driftssted plikter dermed å utligne beskatningskrav på inntekter generert av forretningsprosesser de utøver eller deltar i og som bestyres i landet (Skatteetaten, u.d-f). Det må imidlertid foreligge en geografisk tilknytning mellom virksomheten ved driftsstedet og den fortjenesten som tilordnes dit. Dette innebærer at virksomhetsinntekter opptjent som følge av tilstedeværelse i Norge vil i sin helhet skattlegges i landet, dersom fast driftssted foreligger. Betingelsene for tilordning av inntekter tar utgangspunkt i *armlengdeprinsippet* (OECD, 2001, s. 17). Driftsstedet opererer da som en egen virksomhet og fortjeneste tilskrives dit som om det var uavhengig av hovedkontoret (OECD, 2001, s. 27). Det krever imidlertid betydelige ressurser for skattemyndigheter å kontrollere validiteten av slike tilordninger i tilfeller hvor frie markedspriser for internsalget ikke er lett tilgjengelig.

### **6.1.1 utfordringer tilknyttet dagens internasjonale regelverk**

Dagens skattesystem baserer seg på utdaterte prinsipper som ikke tar hensyn til de skatterettslige utfordringene den digitale økonomien medbringer (Deloitte, u.d-a). Ulike skattesatser undergraver statenes skattefundamenter ved at de gir incitamenter til å plassere bruttoinntektsposter i lavskatteland og fradragposter i høyskatteland (Zimmer, 2014). Videre tar foretak del i skattemanipulasjon gjennom å plassere forretningsprosesser i land med lave eller ikke-eksisterende kildeskatter, regulert av internrett eller skatteavtaler. Dette kan eksemplifiseres med teknologiselskapet Google som unngikk globale betalingskrav pålydende NOK 22 milliarder ved å plassere internasjonale virksomhetsinntekter i skatteparadiset Bermuda (Bjørndal, 2017). Det største skatteproblemet virker å være begrensninger knyttet til definisjonen av fast driftssted (Zimmer, 2014). Teknologiske fremskritt har tilrettelagt for at multinasjonale konsern kan etablere signifikant økonomisk nærvær i stater uten at det foreligger grunnlag for at virksomheten kan tilskrives fast driftssted (OECD, 2015a, s. 66).

---

## 7. BEPS prosjektet i lys av multinasjonale foretak

Som en reaksjon på fremveksten av aggressiv skatteplanlegging, skapt av ineffektiviteter ved dagens skattesystem, initierte OECD under G20-toppmøtet i 2012 en prosess for å gjennomgå utfordringer knyttet til skatteerosjon og overskuddsflytting (Deloitte, 2014). Det påfølgende året publiserte OECD rapporten *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) med tilhørende handlingsplan. I 2015 ble rapporten bestående av tiltak og anbefalinger knyttet til 15 aksjonspunkter ferdigstilt. Formålet med rapporten er å hindre muligheter til å bedrive ulovlig skatteunndragelse og sikre at overskudd i multinasjonale foretak beskattes i de jurisdiksjoner hvor verdiene skapes (PwC, 2015). For å implementere flertallet av de ulike aksjonspunktene i BEPS-pakken vil det kreves endringer i enten nasjonalt regelverk eller eksisterende skatteavtaler (Deloitte, 2015). Reviderte retningslinjer knyttet til internprising vil imidlertid iverksettes umiddelbart etter at de vedtas av OECD-rådet, gitt av skattelovens § 13-1 (4). Estimert innfasingsperiode for øvrige aksjonspunkter er 2016 til 2020.

Anbefalingene fra rapportene i BEPS-pakken er ifølge OECD *soft law* skatteinstrumenter og derfor ikke juridisk bindende, men det forventes at tiltakene implementeres av landene som støtter prosjektet (OECD, 2015d, s. 5). For å sikre minimumsstandarder har OECD- og G20-landene forpliktet seg til å innføre endringsforslagene innen en rekke aksjonspunkter, herunder aksjonspunktene 5, 6, 13 og 14. Aksjonspunktene vi behandler er ikke en del av minimumsstandarder, hvilket innebærer at avtaleland kan unnlate å implementere forslagene.

OECD har kalkulert at provenytapet som følge av skatteerosjon og overskuddsflytting tilsvarer USD 100 til 240 milliarder (KPMG, 2015). Aksjonspunktene innad i BEPS-prosjektet anerkjennes som de mest omfattende endringene i internasjonal beskatning noensinne (Deloitte, u.d-b). Videre i deloppgaven vil det kun redegjøres for aksjonspunkter som er relevante for vår diskusjon om fast driftssted, herunder skatteutfordringer i digital økonomi (*Action 1*), utvidelse av fast driftstedsvilkåret (*Action 7*) og implementering av endringer i skatteavtaler, gitt av *Action 7 (Action 15)*.

### 7.1 Action 1 – Skatteutfordringer i digital økonomi

En arbeidsgruppe, *Task Force on the Digital Economy (TDFE)*, ble utnevnt i 2013 for å identifisere problemløsningsstrategier tilknyttet den digitale økonomien (OECD, 2015c, s. 5). De fremmet tre mulige løsninger, henholdsvis i) nytt tilknytningsvilkår basert på signifikant økonomisk tilstedeværelse, ii) kildeskatt på visse typer digitale transaksjoner og iii) utjevningssavgift (OECD, 2015c, s. 7). OECD konkluderer i sluttrapporten *Action 1* at den



---

digitale økonomien vanskelig kan behandles adskilt fra det økonomiske verdensbildet, og at det derfor ikke anbefales særskilte beskatningstiltak (PwC, 2015). Dette begrunnes med at tiltak utarbeidet på øvrige aksjonspunkter i BEPS-prosjektet vil ha betydelig innvirkning på skatteutfordringer innen digital økonomi (OECD, 2015c, s. 7). Det er imidlertid beskrevet i BEPS-rapporten at medlemsland selv kan inkorporere løsninger fremmet av TDFE i sin nasjonale lovgivning, gitt at de respekterer eksisterende skatteforpliktelser. Italienske skattemyndigheter introduserte i 2015 et forslag om å utvide fast driftsstedsvilkåret til å omfatte *virtuelt fast driftssted*, med formål å kunne beskatte elektroniske transaksjoner i landet (KPMG, 2016). Lovendringen skulle vedtas i løpet av 2017, men planene deres ser ut til å være utsatt på ubestemt tid.

## 7.2 Action 7 – Utvidelse av fast driftsstedsvilkåret

Skattemyndigheter i flere land har etterlyst mer effektive skatteregler, da internasjonale konsern har benyttet seg av kommisjonær- og agentstrukturer for å unngå lokal skatteplikt (PwC, 2015). Med agent- og kommisjonærstrukturer menes det at et konsern organiserer sin internasjonale salgsvirksomhet i et salgsselskap og oppnår forenklinger knyttet til blant annet oppfølging av varelager og logistikk (PwC, 2017). Kommisjonærer utfører salgsaktiviteter på oppdrag fra konsernet, som også eier varebeholdningen, slik at det ikke foreligger lovhjemmel til skattemessig behandling av salget. Det aktuelle landet mottar kun skatteinntekter tilsvarende et honorar som gjenspeiler kommisjonærens funksjoner og risiko der salget initieres. Det overordnede målet i *Action 7* er å forhindre kunstig omgåelse av fast driftssted (PwC, 2015). OECD har besluttet å endre fast driftsstedsvilkåret i skatteavtaler og begrense muligheter for at utenlandske foretak kan unngå fast driftssted. Ordlyden i mønsteravtalens artikkel 5(5) og 5(6) vil forandres slik at det foreligger fast driftssted dersom en representant regelmessig utøver funksjoner som har til hensikt å resultere i en kontraktsinngåelse for et utenlandsk konsern (Deloitte, 2015). Ifølge Deloitte vil dette antakeligvis medføre at foretak som benytter seg av slike strukturer vil bli skattepliktige i landene som representantene er hjemmehørende til. Videre vil unntaksregelen for fast driftssted, spesifisert i mønsteravtalens artikkel 5(4), endres slik at det er kun aktiviteter av forberedende eller hjelpende art som kan påberope seg lovbestemmelsens innhold (PwC, 2015). Varelagre og utlevering som er lokalisert på avsidesliggende lokasjoner vil dermed anses som en kjernevirksomhet innad i det aktuelle konsernet. Dette blir ikke behandlet videre i utredningen.

Som tidligere presentert vil ikke forslaget om nytt tilknytningsvilkår, basert på signifikant økonomisk tilstedeværelse, bli inkorporert i foreslått mønsteravtale. Dette begrunnes med at

tiltak i øvrige aksjonspunkter vil ha betydelig innvirkning på skatteutfordringene i den digitale økonomien. For å undersøke om dette medfører riktighet er det behov for en større gjennomgang av mønsteravtalens foreslåtte utvidelse av fast driftsstedsvilkåret. Tiltakene presentert i *Action 7* innebærer endringer i mønsteravtalens fjerde, femte og sjette ledd. Det er verdt å nevne at utvidelsen av fast driftsstedsdefinisjonen ikke er en del av OECDs minimumsstandard, hvilket impliserer at hver enkelt avtalestat står fritt til å velge hvorvidt foreslått mønsteravtale skal benyttes (OECD, 2015d, s. 5). Hva angår Norge er det ifølge Deloitte forventet at disse endringene vil implementeres (Deloitte, 2017). De foreslåtte endringene i *Action 7* vil kreve inngåelse av nye skatteavtaler, og dette implementeringsarbeidet presenteres nærmere i *Action 15*.

### **7.2.1 Dybdegjennomgang av endringene i mønsteravtalen**

Femte og sjette ledd fungerer som et unntak fra hovedregelen i første og andre ledd, ved at et selskap kan tilskrives fast driftssted (OECD, 2003 Article 5(5)(6)). Bestemmelsen i femte ledd presiserer at utenlandske selskaper kan tilskrives fast driftssted i et land de opererer i gjennom bruk av en representant i kildestaten. I denne utredningen vil vi ikke foreta en dybdegjennomgang av ordlydstolkning av den foreslåtte mønsteravtalen, ettersom dette er mer passende for en juridisk utredning. Utfordringer knyttet til dagens mønsteravtale er at selskaper unngår fast driftssted ved bruk av kommisjonærer (Deloitte, 2015). Dette gir skattemessige problemer i form av at kommisjonæren ikke eier varebeholdningen eller tjenestene som selges, og kan således ikke være gjenstand for en skattemessig behandling av salget (PwC, 2015). Kommisjonæren beskattes kun av provisjonsinntektene som mottas.

Kommisjonær har således inngått kontrakter som hovedmannen (her: utenlandsk selskap) ikke har vært direkte bundet av, og dermed unngått fast driftssted etter dagens mønsteravtale (PwC, 2015). Den foreslåtte mønsteravtalen vil ikke inneholde krav om at hovedmannen må være direkte bundet av kommisjonærs aktivitet. Det vil innebære at det er tilstrekkelig at kommisjonær jevnlig inngår kontrakter som oppfylles av hovedmannen. Videre vil fast driftssted foreligge dersom kommisjonæren anfører kontraktsforhandlinger som rutinemessig leder til avtaleinngåelse for hovedmannen uten vesentlige endringer i kontraktsvilkårene. Fra kommentarene til den foreslåtte mønsteravtalen, nærmere bestemt punkt 32.6, blir det gitt eksempel på et heleid datterselskap som driver aktiviteter i kontraherende stat på vegne av morselskapet (OECD, 2015e, s. 15). Eksempelet angår et morselskap som selger varer og tjenester på verdensbasis gjennom sine nettsider, hvor datterselskapet er hjemmehørende i en

---

av statene det selges varer til (OECD, 2015e, s. 15). Datterselskapet driver markedsføring mot nye kunder og holder kundekontakt med nåværende viktige kunder. Det formidles standardkontrakter til potensielle kunder, hvor det henvises til morselskapets nettsider for avtaleinngåelse. Etter dagens mønsteravtale vil ikke aktiviteten som datterselskapet utfører være bindende for morselskapet, og fast driftsstedsvilkåret er ikke oppfylt (PwC, 2015). Den foreslåtte mønsteravtalen vil derimot kunne tilskrive selskapet fast driftssted i kildestaten. Kontraktene som morselskapet oppfyller vil være et direkte resultat av datterselskapets rutinemessige aktiviteter som fører til kontraktsinngåelse.

Etter vår oppfatning vil ikke ren markedsføringsaktivitet utført av en representant gi fast driftssted for selskapet. Dette begrunnes med at representantens aktiviteter ikke direkte leder til avtaleinngåelse fordi kunden selv må ta kontakt med morselskap for å fullføre transaksjonen. Vi mener at skillet mellom aktiviteter som direkte leder til avtaleinngåelse og ren markedsføring dermed ikke er opplagt, hvilket kan resultere i rettsvister ved implementering av foreslått mønsteravtale.

Det følger av femte ledd at regelverket ikke omhandler uavhengige representanter, som blir behandlet i sjette ledd (OECD, 2003, article 5(5)). Utenlandske selskaper har unngått fast driftssted ved bruk av agenter i lokale markeder (PwC, 2015). Agentene har ikke hatt fullmakt til å inngå avtaler på vegne av hovedmannen, men har spilt en sentral rolle i kontraktsinngåelser. Endringene vil ramme agenter som besitter en sentral rolle i prosessen som fører til avtaleinngåelse, men hvor agenten ikke har fullmakt til å inngå avtaler på vegne av selskapet. Det følger av den foreslåtte endringen i sjette ledd at dersom en person handler primært på vegne av et eller flere tilknyttede selskaper, vil ikke personen anses som en uavhengig agent. Kommentarene til sjette ledd presiserer at agenter som dedikerer 90 % eller mer av tiden sin til hovedforetaket regnes som avhengige agenter (PwC, 2015). Hvilket innebærer at reglene i femte ledd blir gjeldende rett. Faktiske uavhengige agenter vil fortsatt ikke etablere fast driftssted for hovedforetaket. Dette begrunnes med at uavhengige agenter som handler på vegne av et utenlandsk selskap gjør dette som en del av egen forretningsvirksomhet, som i sin tur beskattes i kildestaten.

### 7.3 Action 15 - Skattetraktaten

De skatteavtalerrelaterte tiltakene presentert i BEPS-prosjektet foreslår endringer i nåværende skatteavtaler, og OECD har derfor utviklet et multinasjonalt instrument som skal sikre hurtig og effektiv implementering (PwC, 2015). Dette innebærer en ny *supertraktat* som vil gjelde

over 100 land og 2000 skatteavtaler (Johnsen, 2017). Supertraktaten vil fungere slik at man ikke må innlede bilaterale forhandlinger for å innføre ny avtaletekst i de enkelte avtalene, men at endring av skatteavtaler kan skje samlet gjennom én multilateral avtale (Deloitte, 2016). Det konkluderes i rapporten *Action 15* at en slik traktat er en ønskelig og gjennomførbar løsning. Innledningsvis vil stater kunne selektere hvilke skatteavtaler og med hvilke avtalestater de ønsker skal bli endret. Supertrakten vil fungere slik at det tillegges skatteavtalene. For avtaletolkning må man dermed studere skatteavtalene først og deretter undersøke om supertraktaten vil overstyre visse deler av skatteavtalen. Den nye traktaten skal etter planen signeres i juni 2017. Avtalene vil tre i kraft tre måneder etter at minst 5 stater har signert og ratifisert avtalen. For Norges tilfellet kan dermed avtalen tre i kraft fra og med 2018, dersom Norge og fire andre land ratifiserer avtalen innen utgangen av September i år. Endringene foreslått i *Action 7* vil være blant tiltakene som krever endringen av eksisterende skatteavtaler (Deloitte, 2015), og dermed kan implementeres gjennom supertraktaten. Den nye supertraktaten vil bli inkorporert i norsk lov gjennom dobbeltbeskatningsavtalelovens § 1.

### **7.3.1 Konsekvenser av endringsforslagene for delingsaktører**

Multinasjonale delingsaktører vil måtte innrette seg etter endringene, hvilket trolig medfører fast driftssted for mange av dagens agent-, datter- og kommisjonærstrukturer (PwC, 2015). Aktører som benytter kommisjonær-agentstrukturer kan tenkes å implementere tradisjonelle videresalgsmodeller som forhandlerstrukturer, som følge av endringene. For en del foretak kan dette antakeligvis være en god løsning. Det berører imidlertid mange deler av salgsorganisasjonen, herunder regnskapssystemer, insentivstrukturer, fullmakter og budsjetter. Skattemessige vurderinger av salg fra morselskap til forhandler må følge *armlengdeprinsippet*, hvilket kan bli gjenstand for tvister mellom internasjonale selskaper og skattemyndigheter. Retningslinjene for internprisingsdokumentasjon redegjøres for i BEPS-prosjektets *Action 13*, og vil være et hjelpeverktøy i denne vurderingen (OECD, 2015b).

De aktuelle endringene påvirker utenlandske delingsaktører som selger digitale varer og tjenester, men benytter representanter for å formidle standardkontrakter til potensielle kunder. Endringene gjør seg også gjeldende dersom agent-kommisjonærer styrer kontraktsforhandlinger som jevnlig fører til avtaleinngåelse, hvilket gjør det vanskeligere å unngå skatteplikt i land hvor verdiene skapes. Det er tidligere i teorigjennomgangen presisert at skillet mellom ren markedsføring og markedsføringsaktiviteter som leder direkte til avtaleinngåelse, er diffust. Vi mener at ren markedsføring der kontrakter videreformidles og endres i liten grad av morselskapet antakeligvis ikke oppfyller fast driftsstedsvilkåret. Dette

---

begrunnes med at vi finner slik markedsføring å være mer rettet mot en større kundemasse, fremfor spesifikke henvendelser mot enkeltindivider. Problemstillingen for delingsaktørene blir dermed å finne ut hvor grenseverdiene er knyttet til representanter som direkte og indirekte fører til avtaleinngåelse. Vil et lokalt kundesenter som ivaretar eksisterende kundebase, men som også jobber med ettersalgstjenester føre til fast driftssted? Relevante momenter i denne sammenheng vil være hvordan kundesenteret er definert. Dersom det fokuseres primært på utgående samtaler med mål om å utvide kundebasen, så kan det tenkes at virksomheten oppfyllet kriteriene for fast driftssted. Dette da markedsføringen er knyttet direkte mot et enkeltindivid og hvor priser antakeligvis formidles. Det er derfor lite grunnlag for å hevde at kundesentre som utelukkende besvarer inngående samtaler oppfyller fast driftsstedsvilkåret.

Kommende delkapittel vil redegjøre for om delingsaktører med signifikant økonomisk nærvær i Norge tilskrives fast driftssted etter den foreslåtte mønsteravtalen. Vi ønsker å ta for oss to forskjellige markeder i Norge som genererer betydelige inntektsstrømmer, nærmere bestemt persontransportmarkedet ved Uber og overnattingsmarkedet ved Airbnb. Analysen vil gi oss underlag til å konstatere hvorvidt foreslått mønsteravtale forbedrer dagens beskatningssituasjon ovenfor delingsaktører. Tidligere utredninger har presentert at verken Airbnb eller Uber betaler selskapsskatt til Norge, ettersom fast driftsstedsvilkåret ikke foreligger etter dagens mønsteravtale. Selv om Uber ikke opererer innenfor samme bransje kan det anføres at driverne bak verdiskaping har mange likheter med Airbnb, heriblant belastning av tjenestegebyr. Dersom det foreligger varierende grad av lokal skatteplikt for de to delingsaktørene vil det belyse viktige grenseverdier for skatteplikt.

## 7.4 Minicaseanalyser

### 7.4.1 Transportmarkedet

Delingsøkonomi har foreløpig beskjedent utbredelse i Norge, men en stor del av den nasjonale omsetningen innen delingsøkonomien i landet tilskrives transportmarkedet (NOU 2017:4, s. 36). Store fremskritt innen IKT-sektoren har bidratt til nye muligheter for samkjøring og drosjelignende transport, samt forenklet tjenesteforidling (NOU 2017:4, s. 98). I senere tid har persontransportmarkedet vært gjenstand for en fremvekst av applikasjonsbaserte transporttilbydere, som baserer sin virksomhet på formidling av transportoppdrag gjennom en digital plattform. Samlebetegnelsen for slike aktører er transportnettverkselskaper. Det finnes flere slike selskaper i Norge, men det er kun Uber som skal behandles i utredningen.

## *Uber*

Uber Technologies Inc, heretter Uber, er et internasjonalt transportnettverksselskap som ble etablert i 2009 av gründerne Travis Kalanick og Garrett Camp (Uber Newsroom, 2010). Selskapet som bestyres fra San Francisco i USA regnes å være blant de raskest voksende oppstartbedriftene i historien basert på parametere knyttet til salg, markedsverdi og antall ansatte (Stone, 2017). Sammen med Airbnb representerer Uber den tredje epoken av internett-innovasjon, etter Google og Facebook. Siden oppstarten har Uber opplevd en eventyrlig vekst, og er i dag lokalisert i 58 land og 608 byer over hele verden (Uber, 2017e). Uber er verdsatt til USD 69 milliarder dollar og regnes som verdens mest verdifulle privateide teknologiselskap (Abboud, 2017b). Det er primært deres digitale plattform, Uber-appen, som gir selskapet verdi. Applikasjonen fungerer som et mellomledd mellom bileiere og personer som ønsker persontransport (NOU 2017:4, s. 38). Forretningsmodellen til Uber bygger på delingsøkonomien ved at selskapet på en effektiv måte utnytter ledig kapasitet av en kapitalvare i kombinasjon med egen tid. Uber er blant de mest omtalte selskapene på verdensbasis, da de utfordrer konkurranse- og skattemessige forhold i eksisterende transportnæringer. Selskapet lovprises av forbrukermassen, men møter mye motstand fra lokale drosjevirksohmeter og myndigheter (NOU 2017:4, s. 106).

Uber Norway er det norske datterselskapet til Uber og ble lansert i november 2014 (Sund & Yset, 2015). Selskapet er registrert i Brønnøysundregistrene som aksjeselskap og rapporterte i 2015 driftsinntekter pålydende NOK 5,7 millioner. Uber Norway formidler flere typer tjenester, herunder UberPOP og UberBLACK (Uber, 2016). Førstnevnte er en persontransporttjeneste som tar i bruk husholdningers ledige kapasitet av transportmidler og har mange likheter med ordinær drosjetransport (NOU 2017:4, s. 99). UberBLACK er en eksklusiv limousintjeneste som krever selskapsvognløyve og kjøreseddel fra politiet. Den digitale plattformen til Uber er todelt, ettersom Uber-app benyttes av passasjerer og Uber sjåfør-app benyttes av sjåførere (Uber, 2017c; Uber, 2017a). Enhver privatperson med et kjøretøy til rådighet kan søke på Uber sine nettsider om å bli partnersjåfør. Dersom Uber godkjenner søknaden vil vedkommende få tilgang til selskapets sjåførapplikasjon (Uber, 2017b). Alle individer som er i besittelse av en smarttelefon med internettforbindelse kan registrere seg som bruker på applikasjonen (Uber, 2017d). Ved bruk av Uber-appen vil en passasjer få opp et kart i sanntid som viser hvilke sjåførere som er tilgjengelig i nærheten. Det er GPS-funksjonen i smarttelefoner som benyttes til å knytte forbindelse mellom passasjerer og sjåførere (NOU 2017:4, s. 100). Passasjeren vil kunne se sjåførens kontaktinformasjon,

---

herunder bilde, bilmodell og vurdering, samt hvorvidt turprisen har økt som følge av høy etterspørsel. Sjåføren får tilsvarende informasjon om passasjeren (Uber, 2017a). Betaling utføres automatisk etter endt reise og belastes valgt betalingsmåte. Etter reisen blir passasjeren bedt om å vurdere sjåføren i appen, på en skala fra en til fem stjerner, basert på deres opplevelse av tjenesten de har kjøpt (Uber, 2017d). Applikasjonen gir dermed brukerne en trygghet gjennom det åpne tilbakemeldingssystemet, en forhåndsavtalt pris og kontantløs betaling (NOU 2017:4, s. 94).

Uber sine innovative løsninger har medvirket til sterk kritikk fra tradisjonell drosjenæring, som frykter prispress på transport og potensielle avskjedigelser blant sine sjåførere (dfly, 2017). Det argumenteres for at Uber er gjenstand for mindre omfattende reguleringer, billigere forsikringer og lavere grad av skatteplikt (Sund & Wilden, 2016). Drosjenæringen mener at dette bidrar til urimelig konkurranse. Denne utredningen vil ikke diskutere hvorvidt Uber sin virksomhet i Norge bør legaliseres. Følgelig vil heller ikke problemstillinger knyttet til skatteplikt for Uber-sjåførere behandles. Det kommende delkapittelet vil fokusere på potensiell skatteplikt for Uber i Norge og det vil redegjøres for om selskapet kan tilskrives fast driftssted ved dagens skatteregulering, samt de foreslåtte regelverksendringene i BEPS-prosjektet. En analyse av selskapet sett opp mot dagens regelverk inkluderes for å bekrefte funn fra tidligere masterutredning vedrørende manglende lokal skatteplikt. Vi må således undersøke nærmere Uber sin selskapsstruktur og forretningsmodell.

Ubers virksomhetsinntekter består av tjenestegebyrer tilsvarende 20 - 25 % av en Uber-reise sin totale sluttsum (NOU 2017:4, s. 100). For sjåførere registrert etter 31.08.2016 gjelder satsen på 25 %. Det fremgår av Thornes og Thuves masterutredning (2015) at betalingen sendes gjennom en rekke konstruksjoner (Thornes & Thuve, 2015). En sammenfattet oppsummering følger. Når en Uber-reise gjennomføres hvor som helst i verden utenfor USA, uavhengig av lokasjon, belastes transaksjonen direkte av deres datterselskap Uber BV som er registrert i Nederland. Alle inngående betalinger til Uber sendes dermed direkte til Nederland, hvor både deres datterselskap og internasjonale hovedkontor er lokalisert. Uber BV anses å være avtalemotpart for passasjerer og besitter lisensrettighetene til Uber-appen i Norge. Den totale sluttsummen fra en Uber-reise videresendes til Rasier Operations BV, et annet datterselskap som også er lokalisert i Nederland, da det ikke er Uber BV som belaster passasjeren for tjenestegebyret. Rasier Operations BV beholder tjenestegebyret på 20 % og overfører de resterende 80 % tilbake til sjåføren. Teknologien som skaper verdi er således hjemmehørende i Nederland, mens selve verdiskapingen oppstår der aktiviteten utføres.

Uber Norway AS er Ubers norskregistrerte datterselskap, underlagt Uber International Holding BV (Proff, 2017; O'Keefe & Jones, 2015). Videre i denne utredningen vil henvises til dette selskapet som det internasjonale morselskapet til Uber. Som Thornes og Thuve (2015) beskriver sendes transaksjoner for Uber-reiser direkte til Nederland. Vi har ikke hatt kapasitet til å foreta liknende caseanalyse for å verifisere at deres konklusjon stemmer. Sjef for Uber i Norge, Carl Edvard Endresen bekrefter imidlertid at selskapet utbetaler sjåførinntekter via deres nederlandske selskap (Haugan, 2017). Det er blitt publisert offentlige regnskapstall for Uber Norway AS, nevnt tidligere i oppgaven, som viser et overskudd på NOK 325 000 (Proff, 2017). Datterselskapet er registrert med 6 ansatte og har besøksadresse i Oslo. Omsetningen er trolig provisjonsinntekter som selskapet mottar fra morselskapet for tjenesten som utføres. Vi ønsker videre i utredningen å undersøke om fast driftssted kan foreligge basert på de foreslåtte endringene i mønsteravtalens unntaksbestemmelser.

Disse bestemmelsene berører tilfeller hvor et datterselskap opptrer som representant for morselskapet i kontraherende stat. Dette er tilfellet dersom virksomhetsinntektene til Uber Norway AS er provisjon for tjenester utført på vegne av morselskapet. Thornes og Thuves masterutredning (2015) beskriver en slik struktur for Uber, og at det er en velkjent metode for å minimere lokal skattebyrde. Vi vil således undersøke om Uber Norway AS kan ha fast driftssted gjennom de foreslåtte ordlydsendringene i mønsteravtalens artikkel 5(5) og 5(6), hvilket implisitt innebærer at selskapet ikke har skatteplikt etter hovedregelen i første ledd, som også Thuve og Thornes konkluderte med. Et viktig moment i vurderingen om selskapet kan tilskrives fast driftssted er hvorvidt representanten utfører aktiviteter som direkte fører til avtaleinngåelse for Uber. Formidlingen av reiser foregår gjennom bruk av selskapets applikasjoner, henholdsvis Uber-app og Uber-sjåfør app, som lisensieres fra Nederland (O'Keefe & Jones, 2015). Det essensielle for kontraktsinngåelse er dermed hvordan passasjerer og sjåfører får tilgang til applikasjonene. Som tidligere nevnt i utredningen er Uber-appen tilgjengelig for alle individer som har smarttelefoner med internettilforbindelse. Det kreves ingen godkjenning av selskapet for å laste den ned og ta den i bruk. Applikasjonen for partnersjåfører krever imidlertid godkjenninger før den tas i bruk, heriblant en godkjent sjåførsøknad. For å få et innblikk i hvordan sjåførerprosessen fungerer registrerte vi oss som sjåfører selv. Etter å ha manøvrert oss inn på registreringssiden deres måtte det legges inn personalia og hvilken by man ønsket å kjøre i. I neste steg ble vi bedt om å legge inn nærmere spesifikasjoner om kjøretøyet vi hadde til rådighet. Uber stiller visse minimumskrav til kjøretøy, uten at vi skal kommentere disse. Det siste steget i registreringsprosessen bestod av



---

fire forutsetninger som måtte oppfylles, herunder politiattest, kopi av førerkort, forsikringsattest og vognkort. For å kunne fullføre registreringen lastet vi opp et tomt Word-dokument som vedlegg for samtlige forutsetninger. Vi fikk deretter informasjon per e-post og SMS om at vi måtte besøke Uber sitt supportsenter i Oslo for å fullbyrde avtalen. En link til å laste ned Uber-sjåfør appen ble også presentert i registreringsprosessen sine siste steg. Prosessen er vist i vedlegg 8. Søknaden for å bli Uber-sjåfør vurderes dermed i det norske selskapet, og som i tillegg krever fysisk oppmøte for å bli godkjent. Vi har ikke innhentet informasjon om hva som blir gjennomgått på møter, men naturlige antagelser kan være intervjuer, gjennomgåelse av kontrakter, bilspesifikasjoner etc.

Det er nærliggende å tro at Uber Norway AS har fullmakter til å godkjenne sjåførere uten å måtte involvere morselskapet, da det kan antas at morselskapet ikke vil ha innvendinger knyttet til intervjuer og godkjenningsprosesser som de ikke har tatt del i. Godkjenninger av Uber-sjåførere utføres primært av Uber Norway AS, mens kontraktene oppfylles av Uber sine selskaper i Nederland. Det utføres rutinemessig kontroll av godkjenningsprosessen uten vesentlige endringer i kontrakter. Basert på ovennevnte foreligger det vesentlige holdepunkter for å kunne tilskrive Uber Norway AS fast driftssted i Norge etter foreslått mønsteravtale.

## **7.4.2 Overnattingsmarkedet ved Airbnb**

Det kommende delkapittelet vil fokusere på potensiell skatteplikt for Airbnb i Norge. På tilsvarende grunnlag som med Uber er det ønskelig med en analyse av Airbnb sett opp mot dagens skattereguleringer for å avdekke lokal selskapskatteplikt. Vi må således undersøke Airbnbs sin selskapsstruktur og forretningsmodell. En gjennomgang av Airbnbs forretningsmodell er presentert i kapittel 2.2 og vil derfor ikke behandles ytterligere. Det er imidlertid behov for å se nærmere på Airbnbs selskapsstruktur.

Airbnbs virksomhetsinntekter består av tjenestegebyrer som normalt vil variere mellom 9-15% av transaksjonen knyttet til et leieopphold via Airbnb, der 6-12% belastes gjesten og 3% belastes verten (Airbnb, u.d-b). Selskapet er således kun et mellomledd, og eier ingen utleieobjekter selv. Det presiseres i masterutredningen av Thornes og Thuve (2015) at en belastning for et leieopphold sendes direkte til Irland, men en gjestekvittering innhentet fra et utenlandsk leieopphold i 2017 viser at betalingen for leieoppholdet sendes direkte til Storbritannia (vedlegg 7). Dette isolert sett kan tyde på at Airbnb har endret strukturen på betalingssystemet sitt. Det kan også være tilfelle at Airbnb belaster leietakere fra forskjellige lokasjoner, avhengig av landet der bestillingen reserveres fra, men vi har dessverre ikke grunnlag for å kunne redegjøre for dette. Som det følger av gjestekvitteringen belastes

transaksjonen av Airbnb Payments UK Ltd, lokalisert i London. Det er imidlertid ikke grunn til å betvile resten av selskapsstrukturen til Airbnb, som beskrevet av Thornes og Thuve (2015). Gjestekvitteringen viser at betalingen for et Airbnb-opphold, på lik linje som det anføres i masterutredningen, sendes direkte ut av Norge til Storbritannia der Airbnb har registrert et selskap. Videre viser gjestekvitteringen at betalingen for oppholdet, fratrukket vertens tjenestegebyr, sendes tilbake til verten. Airbnb beholder altså tjenestegebyret på opptil 15% i Storbritannia. Hvorvidt gebyret sendes videre til Irland, har vi ikke informasjon om.

Vi har ikke lyktes med å finne informasjon om Airbnb er registrert med et selskap i Norge, men et søk i Brønnøysundregistrene ga ikke noe treff. Dette isolert sett gir oss ikke grunnlag til å konkludere med at Airbnb ikke har fysisk tilstedeværelse i landet, men selskapet har i senere tid gitt flere uttalelser som indikerer at de ikke bestyres med reell ledelse i Norge. Det fremgår av en artikkel fra NRK at selskapet har uttalt at de organiserer sine skandinaviske aktiviteter gjennom et svensk PR-byrå (Sættem, 2017). I en artikkel i Dagbladet, som for øvrig angikk delingsøkonomiutvalgets forslag, kommenterte Airbnb at det var selskapets kommunikasjonsavdeling i London som stod for uttalelsen gitt over (Lange, 2017). Det er dermed grunnlag for å hevde at selskapet ikke har et kontor i Norge, og i så tilfellet er det trolig primært støtteaktiviteter uten reell ledelse som utføres. Denne selskapsstrukturen medfører at Airbnb ikke oppfyller vilkårene i mønsteravtalens hovedregel etter første ledd, og Norge har derfor ikke lovhjemmel til å kunne tilskrive selskapet fast driftssted i landet. Vi vil derfor se nærmere på om de foreslåtte ordlydsendingene i mønsteravtalen, jf. artikkel 5(5) og 5(6), vil være suffisient grunnlag for å tilskrive Airbnb fast driftssted i Norge. Betaling for leieopphold behandles av Airbnb Payments UK Ltd. Nevnte gjestekvittering presiserer at Airbnb Payments UK Ltd er en begrenset betalingsagent for verten, hvilket tilsier at betalingsforpliktelsene er oppfylt når selskaper har mottatt transaksjonen. Dette kan innebære at Airbnbs registrerte selskap i Storbritannia kun er én bestanddel av det totale betalingssystemet deres. På gjestekvitteringen (Vedlegg 7) er det også påført et selskap med navn Airbnb Ireland UC. I motsetning til Airbnb Payments UK Ltd er det ikke beskrevet hvilken rolle det irske selskapet har i betalingssystemet. Vi er imidlertid ikke overrasket over at Airbnb har et selskap registrert i Irland, da det er påvist at selskaper med hovedkontorer i USA har benyttet skatteminimerende metoder som *Irish double* (Armitage, 2016). En slik metodikk innebærer at royalties sendes mellom to heleide datterselskaper lokalisert i Irland, hvorav datterselskapet som endelig mottar royalties er skattemessig hjemmehørig i et skatteparadis. Vi undersøkte deretter avtalevilkårene til Airbnb (Airbnb, 2016b). I vilkårene

---

står det beskrevet at dersom man benytter Airbnb sin plattform utenfor USA og Kina, vil avtalemotpart for transaksjonen være Airbnb Ireland UC. Det er derfor nærliggende å tro at Airbnb Payments UK Ltd. kun er et datterselskap som mottar og behandler betalingene på vegne av Airbnb Ireland UC.

Ifølge Reuters har Airbnb sitt europeiske hovedkontor i Irland, og vi kan dermed argumentere for at Airbnb Ireland UC står for mesteparten av fortjenesten knyttet til Airbnb-opphold utenfor USA (Reuters, 2013). Det foreligger ingen krav om lokal godkjenning av verter som vil benytte Airbnb sin plattform til utleievirksomhet. En eventuell overvåkningsprosess av verter skjer gjennom deres formelle tilbakemeldingssystem, som kan administreres fra en vilkårlig geografisk lokasjon. Selskapet har også utformet løsninger for uheldige besøk, eksempelvis vandalisering, gjennom vertsgarantier og forsikringsordninger. Dette kan trolig også administreres fra en vilkårlig geografisk lokasjon, etter bildefremlegging eller regning. Det er på bakgrunn av ovennevnt diskusjon ingen grunn til å hevde at Airbnb har selskapsskatteplikt til Norge etter dagens eller foreslått mønsteravtale.

### **7.4.3 Oppsummering minicase-analyser av fast driftssted**

Vi har i analysen argumentert for at Uber vil etablere fast driftssted etter mønsteravtalens foreslåtte endringer. Fast driftssted oppstår for Uber som følge av behovet for lokal tilstedeværelse i form av godkjennelsesprosessen knyttet til sjåførvirksomhet. Vi mener at dette er en prosess som ikke kan utføres av et utenlandsk selskap uten at kvaliteten på selve verifiseringen påvirkes i stor grad. Således vil verdiskaping og beslutningsmyndighet i praksis være tilordnet det norske datterselskapet Uber Norway AS. Dette innebærer beskatningsrett på totale virksomhetsinntekter ervervet av Uber-konsernet i Norge, og ikke bare på dagens provisjonsinntekter. Dette vil medføre et betydelig skatteproveny for den norske stat. Videre innebærer det at Uber og drosjenæringen, basert på skatteforhold, konkurrerer på like vilkår.

For Airbnbs anliggende er det ikke suffisient grunnlag til å kunne tilskrive selskapet fast driftssted etter dagens- eller foreslått mønsteravtale. Transaksjoner tilknyttet Airbnb-opphold sendes direkte til Storbritannia, hvilket antas å oppbevare betalingen på vegne av det irske selskapet Airbnb Ireland UC. Vi har ikke funnet indisium på at Airbnb utfører reell ledelse i landet. Det er heller ikke behov for lokal tilstedeværelse, i form av en vertsgodkjenningsprosess, da en slik aktivitet kan utøves fra en vilkårlig geografisk lokasjon. På bakgrunn av ovennevnte kan vi konstatere at Airbnb ikke er gjenstand for selskapsskatteplikt til Norge. Videre kan dette innebære at Airbnb og tradisjonelle overnattingsaktører konkurrerer på ulike vilkår, basert på avvikende skatteforhold.

Analysen har gitt grunnlag for å hevde at det foreligger en aktuell grenseverdi knyttet til skatteplikt for delingsaktører. Grenseverdien utledes av en regulatorisk godkjennelsesprosess som i sin tur utgjør fundamentet for avtaleinngåelser mellom applikasjonens brukere. Forskjellen i godkjennelsesprosessen kan i stor grad tilskrives de regulatoriske kravene i henholdsvis transport- og overnattingsbransjen. Det er nærliggende å tro at aktører i førstnevnte bransje må forholde seg til mer omfattende krav, og således gir kontrollering av etterlevelse et større behov for lokal tilhørighet.

Vi mener at tiltakene i *Action 7* vil bedre situasjonen knyttet til konkurransevilkår og skattenøytralitet, men ser et behov for ytterligere revidering av skatteregelverket. Vår oppfatning er at regelverket ikke er tilstrekkelig omfattende til å direkte berøre majoriteten av multinasjonale delingsaktører. Airbnb kan dermed unngå beskatning av inntekter som genereres av deres delingsvirksomhet i Norge. Vi ser derfor et behov for en gjennomgang av arbeidsgruppen til OECD sine alternative løsninger knyttet til fast driftsstedsvilkåret. Dersom Norge omfavner tilknytningsvilkåret for skatteplikt basert på *økonomisk signifikant tilstedeværelse* eller *virtuelt fast driftssted*, vil Airbnb kunne skatlegges i landet. Begrenset eller fravær av skatteplikt vil være én av flere faktorer som påvirker konkurranseforholdet i favør delingsselskaper sammenlignet med tradisjonelle hjemmehørige virksomheter.

## 7.5 Konklusjon del 2

Formålet med analysen var å belyse hvorvidt skattesituasjonen til Airbnb vil påvirkes av forslagsendringene i BEPS-prosjektet. Det bekreftes at Airbnbs virksomhetsinntekter ikke er gjenstand for selskapsbeskatning i Norge etter dagens skatteregler. Vår oppfatning er at dette innebærer en urimelig skattebehandling av de ulike aktørene innen overnattingsbransjen. Konsekvensene av manglende beskatningsrett er potensielt store for skatteprovenyet i overnattingsbransjen, da hotellvirksomheter må respondere ut i fra urettmessige svakere rammevilkår. Størrelsesordenen vil også styrkes av den eksplosive veksten selskapet har hatt de siste årene. I analysen finner vi at endringsforslagene i BEPS-prosjektet ikke berører Airbnbs skattesituasjon, og selskapet er således ikke gjenstand for lokal skatteplikt. Sett i sammenheng med delproblemstilling 2, argumenterer vi for at Airbnbs selskapskatteplikt i liten grad påvirkes av endringsforslagene.

---

## 8. Del 3: Innledning

I utredningens andre del konkluderte vi med at Airbnb ikke være selskapsskattepliktig til Norge, hvilket kan innebære lavere effektiv skattesats på overskudd basert på bruk av skatteminimerende metoder. Dette kan føre til urimelige konkurransefortrinn for Airbnb. Av den grunn foreligger det store utfordringer som nasjonale og internasjonale skattemyndigheter bør håndtere før situasjonen blir av et slikt omfang at reversering er vanskelig og kostbart. Skattesituasjonen er kun én av flere faktorer som spiller inn på konkurransearenaen. For å få et mer helhetlig bilde på konkurransesituasjonen i overnattingsmarkedet vil det være behov for en større analyse av bransjens struktur. Det kan være elementer som trekker i motsatt retning av skattesituasjonen, eller som forsterker Airbnbs konkurransefortrinn. Vi ønsker således å gå i dybden på konkurransesituasjonen i overnattingsmarkedet, med formål å belyse konkurranseforskjeller, uavhengig av om de anses å være urimelige. Utredningens funn vil forhåpentligvis kunne bistå norske skattemyndigheter med å utarbeide tiltak som kan utjevne uheldige konkurransevriddinger.

I første del av analysen vil vi undersøke om Airbnb kan klassifiseres som et tosidig marked, og hvorvidt det er grunnlag for å hevde at selskapet er gjenstand for nettverkseffekter. Dersom slike effekter kan påvises vil det kunne endre markedsdynamikken i overnattingsbransjen på kort tid. Dette grunnet at positive nettverkseffekter har spiraleffekter som akselererer vekst, øker styrken på nettverkseffektene og vanskeligjør andre overnattingsaktørers mulighet for oppnåelse av tilsvarende effekter. Gitt at nettverkseffekter foreligger vil situasjonen knyttet til urimelig skattebehandling bli mer utfordrende. Urimeelige konkurranseforhold vil kunne tilrettelegge for at Airbnb har anledning til å kapre store markedsandeler i overnattingsbransjen, hvilket er vanskelig å reversere for norske myndigheter. Det er ikke isolert sett negativt for norsk næringsliv at Airbnb tilriver seg store markedsandeler, men det må forekomme på like vilkår. Videre vil potensielle funn fra analysen av tosidige markeder være kritiske drivere for Airbnb og således overnattingsbransjens lønnsomhetspotensial. For å konkludere hvorvidt Airbnbs innvirkning på overnattingsbransjens dynamikk er av en betydelig art, er det behov for en konsekvensutredning av urimeelige konkurranseforhold. Dette belyses best gjennom en bransjeanalyse av overnattingsbransjen.

## 9. Konkurransanalyse

### 9.1 Tosidige markeder

Det foreligger ingen allment akseptert og entydig definisjon av tosidige markeder (Sørgard & Kind, 2011). Rochet og Tirole (2003) beskriver tosidige markeder som markeder der én eller flere plattformer tilrettelegger for interaksjon mellom to ulike grupper eller sider av et marked. Det forsøkes å få begge sidene av markedet til å adoptere plattformen gjennom bruk av adekvate prisstrategier. Et marked oppfattes som tosidig dersom tre betingelser er oppfylt (Weyl, 2010):

- 1) En bedrift (plattform) betjener ulike kundegrupper på to sider av et marked, som kan belastes ulike priser (Weyl, 2010).
- 2) Det er nettverkseffekter (eksternaliteter) på tvers av de to sidene av markedet, hvilket tilsier at størrelsen på kundegruppen på den ene siden av markedet influerer den oppfattede verdien for hver kundegruppe. Videre må det foreligge positive nettverkseffekter mellom minimum to kundegrupper dersom markedet skal kunne karakteriseres som tosidig (Sørgard & Kind, 2011).
- 3) Plattformen har en viss markedsrett når den setter priser og internaliserer, i hvert fall delvis, nettverkseffektene mellom de to sidene av markedene (Sørgard & Kind, 2011).

Som utgangspunkt for tjenestefordeling via delingsplattformer, finnes det to eller flere grupper av aktører som interagerer gjennom en plattform (Gabrielsen, 2005, s. 4). Eier av plattformen ønsker følgelig å maksimere profitt gjennom å belaste de to kundegruppene for tjenesten som utføres og tilgang til plattformen, hvilket fører til en transaksjon. Prisstrategien må være utformet på den måten at begge grupper ønsker å benytte plattformen fremfor andre alternativer i markedet, men som også genererer profitt for selskapets bunnlinje (Gabrielsen, 2005, s. 4). Dette prisingsproblemet kan dekomponeres i henholdsvis prisnivå og prisstruktur. Prisnivå angir akkumulerte inngående betalinger som plattformen mottar av de to sidene i markedet, hvorav prisstrukturen innbefatter allokeringen av akkumulerte inngående betalinger. Dersom overskuddet til plattformen er avhengig av prisnivå og prisstruktur vil markedet være tosidig. Ved nøytralitet i prisstrukturen, hvilket innebærer at den ikke påvirker transaksjonsnivået, vil imidlertid markedet karakteriseres som ensidig. Dette kan eksemplifiseres ved merverdiavgift som ikke påvirker omsetningen i et marked for et gitt nivå av moms fordelt på de to gruppene.

---

Tosidige nettverkseffekter vil også være en tilstrekkelig betingelse for et tosidig marked, slik at markeder kan karakteriseres som tosidig selv om det foreligger nøytralitet i prisstrukturen (Gabrielsen, 2005, s. 6). Tosidige nettverkseffekter gjør seg gjeldende dersom nytten til den ene gruppen avhenger av aktiv deltakelse fra den andre siden av markedet, gitt at det benyttes én plattform. Tosidigheten av nettverkseffektene kan være både positive og negative. Eksempelvis vil reklame på TV være positivt for den ene gruppen (annonsører) ved høyere deltakelse fra den andre gruppen (TV-seere), men for mye reklame vil oppfattes som negativt blant TV-seere, alt annet likt. Sett fra et profittperspektiv er eieren av plattformen avhengig av å få begge gruppene til å benytte plattformen. Det foreligger forskjellige vurderinger som må foretas, avhengig av om det er tosidige markeder med eller uten nettverkseffekter. Den aktuelle plattformens priser vil være betinget av markedsstrukturen, hvilket innebærer antall plattformer, og tilgang til å rekruttere nye medlemmer til de ulike gruppene i markedet (Gabrielsen, 2005, s. 7). Med *homing* menes det at grupperingene i markedet er tilknyttet én eller flere plattformer. Videre i denne utredningen vil vi se nærmere på relevante markedsstrukturer, som er ensidig og tosidig *multihoming*.

### 9.1.1 Ensiktig og tosidig multihoming

Ensidig multihoming omhandler tilfeller hvor den ene siden av markedet kun har tilknytning til en plattform, såkalt *singlehomer*, mens den andre siden av markedet har tilknytning til flere plattformer, derav *multihomer* (Gabrielsen, 2005, s. 11). Dette kan eksemplifiseres ved at abonnenter i avismarkedet, høyst sannsynlig, kun abonnerer på én avis, hvorav annonsørene kjøper reklameplass i flere aviser. Dersom avisabonnten har flere abonnementer vil det foreligge tosidig *multihoming*, ettersom begge grupperingene i markedet benytter flere plattformer.

## 9.2 Airbnb som tosidig marked

Airbnb tilrettelegger for interaksjon mellom to grupperinger i overnattingsmarkedet, henholdsvis verter (her: utleiere) og overnattingsgjester (her: kunder) (NOU 2017:4, s. 29). I motsetning til transportnettverksselskapet Uber legger ikke Airbnb direkte føringer på prisingen av utleieaktivitetene, men de har konstruert en dynamisk prisalgoritme som til dels styrer prisnivået (NOU 2017:4, s. 114). Hva angår deres virksomhetsinntekter så er det Airbnb selv som bestemmer prisstrukturen og hvor stor prosentvis andel som skal ilegges som tjenestegebyr for bruk av deres respektive delingsplattform. Airbnb benytter prisalgoritmen for å bedre informasjonsgrunnlaget til verter angående prisnivå og kundefølsomhet, men

prisen på overnattingsstedet bestemmes primært av verten og overnattingsgjesten. Prisenivået avhenger til en viss grad av størrelsen på den prosentvise avgiften Airbnb tar. For at dette markedet skal kunne klassifiseres som et tosidig marked, jf. hoveddefinisjonen fra teorigjennomgangen i kapittel 9.1, kreves det at prisstrukturen er eliminert for prisenøytralitet. Dersom prisstrukturen endres, eksempelvis om Airbnb endrer allokeringen av tjenestegebyret mellom vert og overnattingsgjest, behøver ikke dette nødvendigvis å påvirke transaksjonsvolumet. Det kan antas at prisene vil justere seg i forhold til en ny prisstruktur. På bakgrunn av dette er det nærliggende å tro at nøytralitet vedrørende prisstruktur foreligger i markedet, hvilket innebærer at Airbnb ikke opererer innen et tosidig marked.

Det er imidlertid slik at vilkåret for et tosidig marked er oppfylt dersom det foreligger tosidige nettverkseffekter. De to gruppene i overnattingsmarkedet som Airbnb opererer i, henholdsvis verter og gjester, kan hevdes å samvariere med hverandre. Dersom flere gjester søker overnattingsopphold gjennom Airbnb sin plattform, så vil det føre til høyere etterspørsel etter leieenheter og dermed flere verter. Airbnb har således positive nettverkseffekter, hvilket innebærer at flere verter betyr flere utleiemuligheter, som i sin tur resulterer i at flere potensielle overnattingsgjester søker etter leieenheter på Airbnb. Dette gjelder ikke bare transaksjonen, men også tilbakemeldingssystemet til selskapet. Som tidligere presisert i utredningens kapittel 2.2 er Airbnb avhengig av et tilbakemeldingssystem for å bygge tillit og troverdighet blant konsumenter. Verter er således avhengig av å få gode tilbakemeldinger fra overnattingsgjester for å være attraktiv blant brukere. Flere gode anmeldelser vil også tiltrekke seg flere nye gjester, og forhåpentligvis ytterligere anmeldelser. Dermed er ikke delingsplattformen til Airbnb utelukkende en formidlingstjeneste mellom to parter, men den inkluderer også historiske overnattings erfaringer. For at dette tillitssystemet skal fungere er delingsplattformen til Airbnb betinget av at brukere interagerer med hverandre. Dette vil bidra til positive nettverkseffekter fra begge sider av markedet. Plattformen i seg selv er nødvendig for avtaleinngåelse, men selve verdien for selskapet oppstår i tillitsforholdet mellom vert og gjest. Videre gjelder ikke dette bare mellom vert og gjest, men også Airbnb som står bak delingsplattformen. Selskapet har implementert flere tillitsmekanismer, herunder forsikringer, garantier og kundesupport, men også etterlevelse av brukernes ønsker og tilbakemeldinger for videreutvikling av overnattings tjenesten. Vi kan derfor konkludere med at Airbnb opererer innenfor et tosidig marked med tosidige nettverkseffekter.

Airbnb konkurrerer i hovedsak med selskaper som tilbyr tradisjonelle overnattings tjenester, herunder hotellkjeder og delingsaktører (NOU 2017:4, s. 16). Det kan anføres at vertene på



---

den ene siden av markedet *multihomer* gjennom å være tilgjengelig på flere delingsplattformer samtidig. Det samme kan være tilfelle for potensielle gjester som søker etter overnattingsmuligheter på plattformene til andre delingsaktører. Markedsstrukturen er således tosidig *multihoming* for Airbnb. Det kan også foreligge ensidig *multihoming* dersom en av gruppene utelukkende benytter Airbnb sin plattform, hvilket trolig ikke er konsensus for gjennomsnittsverten. En slik markedsstruktur kan raskt utvikle seg til en monopolsituasjon dersom plattformen får majoriteten av brukere innen begge grupperinger (NOU 2017:4, s. 10). Dersom Airbnb er markedsleder vil sterke nettverkseffekter kunne forhindre at liknende forretningsmodeller tiltrekker seg nye deltakere fra begge sidene i markedet. På den annen side kan disse etableringsbarrierene hevdes å være relativt beskjedne i form av investeringer, slik at verter og gjester enkelt kan finne seg en annen delingsplattform hvis Airbnb misbruker sin markedsrett. Med misbruk menes unaturlig høye priser eller andre mekanismer som reduserer kvaliteten og nytten på overnattingstjenesten.

### **9.2.1 Vil tosidige markeder gi Airbnb konkurransefordeler?**

Tosidige nettverkseffekter har således vært en av primærdriverne knyttet til verdiskaping for Airbnb, både gjennom direkte nettverkseffekter ved at flere verter tiltrekker seg flere gjester og ved bedre tillitsmekanismer gjennom tilbakemeldingssystemet. Dette er ironisk nok motstridende til Coase-teoremet som påpeker at aktører vil kunne forhandle seg frem til en pareto-optimal løsning, til tross for at utgangspunktet ikke er pareto-optimalt (Coase, 1960). Coase-teoremet innbefatter en verden uten transaksjonskostnader, asymmetrisk informasjon og definert eiendomsrett. For tosidige markeder er det nettopp transaksjonskostnader som utgjør den endelige pareto-løsningen mellom to parter, i vårt tilfelle tjenestegebyret som Airbnb tar. Dette kan være betinget av at aktørene ikke vil være i stand til å gjennomføre effektive forhandlinger uten delingsplattformen. Som tidligere presisert i kapittel 2.1 reduseres transaksjons- og søkekostnader for den enkelte betraktelig ved bruk av slike digitale plattformer. Dermed kan det anføres at det ville krevd betydelig med egeninnsats fra begge parter for å utarbeide en tilsvarende løsning, gitt at det er fravær av slike digitale plattformer. En disruptiv innovasjon som delingsplattformen til Airbnb representerer har således tiltrukket seg mange brukere og baserer seg i stor grad på tillitsforhold. Med dette menes det at Airbnb opererer med åpne priser, et formelt tilbakemeldingssystem og lite eller ingen asymmetrisk informasjon. Av den grunn er Airbnb blitt en reell konkurrent for hotellbransjen i overnattingsmarkedet.

Tradisjonelt har hotellvirksomhet blitt klassifisert etter stjerner, på en skala fra en til fem (Miller, u.d). Anmeldere har imidlertid ikke vært kunder, men autoriserte selskaper og organisasjoner. Formålet med et slikt rangeringssystem er å kunne eksponere hoteller som yter høy kvalitet, men kan også være basert på faktorer som ikke er viktige for overnattingsgjester. Derav vil en slik kategorisering kunne gi et dårligere bilde enn å lese gjesteinnlegg om tidligere overnattingsopplevelser. Dette grunnet asymmetri knyttet til hvilke forhold som tillegges vekt i vurderingen og betenknninger vedrørende selskapets insentiver til å foreta slike rangeringer. En tilbakemeldingsaktør som TripAdvisor kan redusere nevnte asymmetri. Selskapet innehar mer enn 500 millioner anmeldelser og tilrettelegger for at reisende kan skrive ærlige tilbakemeldinger på sine overnattingsopplevelser (TripAdvisor, 2017). På den måten vil kunder få tilgang til gjesteinnlegg, som gir dem et bedre bilde av overnattingsforholdene. Det krever imidlertid egeninnsats fra kunden selv, da slike anmeldelser ikke er tilgjengelig på hotellets informasjonssider. På Airbnb sin plattform er slike kundeanmeldelser synlige på verter og kunders brukerprofiler, hvilket medfører en større grad av åpenhet, troverdighet og tillit i markedet. Videre har Airbnb valgt å klassifisere verter som møter visse kriterier, herunder minst 10 overnattinger på utleiestedet i løpet av året, minst 80 % av anmeldelser på fem stjerner og en svarprosent på 90 % eller høyere, som *Superhosts* (Airbnb, 2017). Det kan derfor anføres at Airbnb som plattform har lavere grad av asymmetrisk informasjon enn tradisjonell hotellvirksomhet. Dette har sammenheng med både anmeldelser fra tidligere gjester og mer åpenhet vedrørende priser. Airbnb-verter legger selv ut priser, som til dels er påvirket av den dynamiske prisalgoritmen, og konsumenter kan enkelt sammenligne ulike utleieobjekter. Det foreligger i tillegg et bildegalleri, hvor konsumenter kan se kvaliteten på utleieobjektet (Airbnb, u.d-a).

Hva angår direkte kommunikasjon har plattformen tilrettelagt for at potensielle gjester kan kommunisere med verten, eksempelvis for å diskutere prisnivå og tilleggstenester (Airbnb, u.d-c). Et tilsvarende bildegalleri og åpenhet vedrørende priser er følgelig også tilgjengelig hos flere hotellkjeder (Hotels.com, 2017). Det kan imidlertid anføres at geografiske lokasjoner med lite tilbud av hoteller vil kunne gi konsumenter en følelse av mindre åpenhet knyttet til prisnivå. Hoteller inkluderer også i mindre grad gjesteinnlegg fra tidligere besøkende. En vellykket utnyttelse av nettverkseffekter, der utarbeidelse av tillitsmekanismer har vært primærdriveren bak den eksplosive veksten, har dermed ført til at Airbnb har eksponert svakheter ved tradisjonell hotellnæring. Dette kan tilskrives det formelle tilbakemeldingssystemet, mindre asymmetrisk informasjon, betydelige nettverkseffekter og

---

en brukervennlig plattform. På bakgrunn av dette kan vi argumentere for at det eksisterer sterke indisium knyttet til at Airbnb sin delingsplattform har gitt selskapet en konkurransefordel ovenfor tradisjonell hotellvirksomhet.

Airbnbs nettverkseffekter er en av forklaringsvariablene bak selskapets eksplosive vekst den senere tid. Dersom veksten ekstrapoleres vil Airbnb kunne opparbeide seg betydelige markedsandeler innen kort tid. Dette i kombinasjon med urimelige skatteforhold kan potensielt utgjøre en stor trussel for norsk næringsliv. Vi har konstatert at Airbnb er gjenstand for positive nettverkseffekter, hvilket gjør skattesituasjonen mer anstrengt. Norske og internasjonale myndigheter må for alvor sette slik skatteproblematikk på dagsordenen før overnattingsbransjen preges i stor grad av uheldige konkurransevriddinger, som blir vanskelige å reversere i ettertid. Faren er at Airbnb etablerer seg som en dominerende aktør innenfor overnattingsbransjen, som følge av ulik skattebehandling. Et slikt utfall vil redusere det samfunnsøkonomiske overskuddet og føre til høyere priser i tillegg til å være negativt for skatteprovenyet til den norske stat. Vi kan imidlertid ikke konkludere med at Airbnb har mulighet for å oppnå slik markedsrett enda, hvilket krever en større bransjeanalyse. Videre analyse vil således belyse hvorvidt Airbnb har mulighet til å endre markedsdynamikken i overnattingsbransjen fra en konkurranseutsatt bransje til en bransje preget av få aktører med betydelig forhandlingsrett.

## 10. Bransjeanalyse

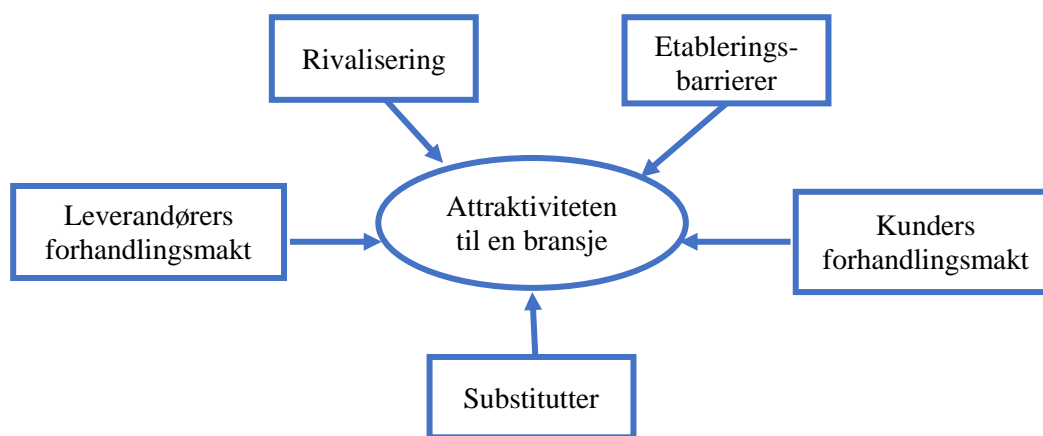
En bransjeanalyse vil primært kunne redegjøre for dynamikken innad i en bransje, hvilke muligheter som forespeiles og i hvilken grad nåværende strategier er utformet for å kunne utnytte disse forholdene (Barney, 2013). For at en bransjeanalyse skal gi en hensiktsmessig beskrivelse av styrken og endringer i styrken til konkurranseforholdene som påvirker bransjers lønnsomhetsvariasjoner, må to sentrale begreper forstås og identifiseres (Jakobsen & Lien, 2001). Jakobsen og Lien (2001) påpeker at *verdikapring* og *verdiskaping* er essensielle verdibegreper som bedrifter må kunne anvende for å kunne gjøre en kvalifisert vurdering av lønnsomhetspotensialet i markedet. Med dette menes det at selskaper må avdekke de underliggende faktorene som bestemmer størrelsesordenen knyttet til økonomiske verdier som skapes av selskapene i markedet og hvorvidt de tillegges kunder, rivaler og faktorleverandører. Vi vil derfor videre i utredningen benytte Porters fem konkurransekrefter (1980) til å beskrive bransjens *verdikapringspotensial*, mens *verdiskapingspotensialet* vil belyses med lønnsomhetstreet til Jakobsen og Lien (2015). Normalt benyttes en PESTEL-analyse, hvilket redegjør for makroøkonomiske faktorer, som grunnlag for en bransjeanalyse (Johnson, Scholes, & Whittington, 2008). Vi finner det imidlertid hensiktsmessig å ekskludere dette rammeverket, da det kun beskriver generelle effekter som på ulike måter kan påvirke lønnsomheten i et marked. I det følgende delkapittelet vil vi kort beskrive aktuelle teoretiske rammeverk.

### 10.1 Porters fem konkurransekrefter - Verdikapring

Hovedessensen i strategiformulering er selskapers evne til å reagere, bearbeide og takle konkurranse (Porter, 1979). Harvard-professoren Michael Porter presenterte i boken *Competitive Strategy* (1980) en bransjemodell, Porters Five Forces, som regnes å være blant de mest innflytelsesrike rammeverkene for analyse av konkurranseomgivelser.

Konkurranseintensiteten i en bransje avhenger av fem grunnleggende konkurransekrefter (Porter, 1979). Disse konkurransekreftene, illustrert i figur 6, utgjør strukturen til en bransje og det er deres kollektive styrke som bestemmer bransjens endelige profittpotensial. Kunnskaper om disse gir selskaper et grunnlag for å kunne utarbeide strategier og handlingsplaner. Konkurransekreftene fremhever kritiske styrker og svakheter til selskaper, redegjør for deres posisjon i markedet, belyser områder der strategiske reallokeringer kan gi størst utbytte og identifisere steder der trender i bransjen vil ha størst påvirkning. Lønnsomhet i en bransje blir skapt av at vilkår for perfekt konkurranse ikke er oppfylt (Barney, 2013).

Hvorvidt en bransje avviker fra idealet om perfekt konkurranse kan sammenfattes ved å se på styrken til fem konkurransekraftene. Vi vil nå kort beskrive de fem forskjellige konkurransekraftene.



Figur 6: Porters fem konkurransekrefter (Barney, 2013)

### 10.1.1 Trussel fra inntrengere

Nykommere i en bransje fører med seg ny kapasitet, et ønske om å tilegne seg markedsandeler og ofte en betydelig ressursportefølje (Porter, 1979). Etablerte aktører misliker nykommere grunnet to negative konsekvenser: bransjelønnsomheten vil måtte fordeles på flere aktører og økt rivalisering vil redusere bransjens totale lønnsomhet (Barney, 2013). Nye aktører som ønsker å tilegne seg markedsandeler kan benytte aggressive strategier i bransjen, hvilket medvirker til priskrig og redusert lønnsomhet. Trusselen fra nykommere vil avhenge av eksisterende etableringsbarrierer i kombinasjon med handlinger som begås av etablerte aktører (Porter, 1979). Nykommere vil etablere seg i markedet dersom deres forventede lønnsomhet etter etablering overskrider de nødvendige irreversible investeringene som de må foreta seg (Barney, 2013). Med etableringsbarrierer menes det faktorer som gjør bransjen mindre attraktiv, for nykommere enn etablerte aktører, og som må overvinnes dersom nykommeren skal etablere seg i det aktuelle markedet. Porter (1979) fremhever flere hovedkilder til at etableringsbarrierer oppstår.

Den første etableringsbarrieren er *stordriftsfordeler* (Porter, 1979). En slik etableringsbarriere reduserer bransjens attraktivitet ved at etablerte aktører tvinger nykommere til å fremstille betydelige kvantum eller akseptere å produsere med en konkurranseulemp. Dette begrunnes med at produksjonskostnader er lavere for etablerte aktører, gitt av den positive korrelasjonen mellom økt volum og enhetskostnader, samt at det tar lang tid for nykommere å oppnå storskalaproduksjon (Barney, 2013). Videre er *kapitalbehov* en etableringsbarriere gjennom

at kostbare irreversible investeringer begrenser antall potensielle nykommere (Porter, 1979). *Byttekostnader* anses også å være en etableringsbarriere ved at det foreligger kostnader for konsumenter knyttet til det å bytte leverandør. Hva angår *produkt differensiering* vil høy grad av differensiering innebære at nykommere må bruke store mengder ressurser for å overkomme eksisterende kundelojalitet.

Etablerte aktører har tilfredsstillende *adgang til distribusjonskanaler*, mens nykommere må streve med å tilordne seg nødvendig eksponering (Porter, 1979). Det foreligger også *kostnadsfordeler* for etablerte aktører som er utenfor rekkevidde for nykommere, uavhengig av størrelse og stordriftsfordeler. Dette kan være fordeler knyttet til læringskurveeffekter, beskyttet teknologi og statlige subsidier. *Offentlige reguleringer* kan også begrense eller hindre adgang til markeder gjennom enkelte kontrollmekanismer, heriblant lisenskrav, subsidier og konsesjoner. Den siste etableringsbarrieren omhandler *mottrekk fra etablerte aktører*. Potensielle nykommere har forventninger til reaksjoner som etablerte aktører vil begå, og således påvirke deres beslutning vedrørende inntrengelse i markeder (Johnson, et al., 2008).

### **10.1.2 Trussel fra substitutter**

Substitutter anses å være produkter som besitter tilsvarende egenskaper som produkter i markedet og kan således være et alternativ for konsumenter (Barney, 2013). Substituerbare produkter begrenser bransjens potensielle lønnsomhet ved at de ilegger et pristak på eksisterende produkter som tilbys i markedet (Porter, 1979). Etablerte aktører kan følgelig øke prisen, men dette vil, alt annet likt, medvirke til at konsumenter skifter over til andre substituerbare produkter (Konkurransetilsynet, 2011). Dette tilsier at markeder som er utsatt for substituerbare produkter er betinget av en effektiv disiplinerende virkning. Dersom konsumenters byttekostnader i tillegg anses å være nokså ubetydelige øker trusselen for at konsumenter vil velge det alternative produktet (Porter, 1979).

### **10.1.3 Leverandørens forhandlingsmakt**

Leverandører kan utøve forhandlingsmakt ovenfor aktører i en bransje gjennom å øke priser eller redusere kvaliteten på produkter (Porter, 1979). Sterke leverandører, med høy grad av forhandlingsmakt, vil kunne kapre store deler av verdiskapingen i bransjen uten at etablerte aktører har anledning til å inkorporere kostnadsøkninger i sine respektive utsalgspriser. Hvorvidt leverandører besitter høy grad av forhandlingsmakt avhenger av underliggende faktorer ved markedssituasjonen og den relative sammenhengen mellom salgsvolum og selskapets virksomhet. Det oppstilles en rekke indisium som tilsier at trusselen fra

---

leverandører er av en betydelig art, heriblant lav konsentrasjon i leverandørindustrien, fremtredende byttekostnader, leverandører selger unike eller høyst differensierte produkter og at nedstrøms integrasjon er reell (Barney, 2013).

#### 10.1.4 Kundernes forhandlingsmakt

Kunder kan utøve forhandlingsmakt ved å redusere betalingsvillighet, forlange høyere kvalitet på produkter og øke rivalisering mellom tilbydere i en bransje (Porter, 1979). Dersom kunder besitter høy grad av forhandlingsmakt vil de kunne kapre store deler av verdiskapingen gjennom å redusere bransjens inntektsgrunnlag (Barney, 2013). En slik maktasymmetri kjennetegnes av at bransjens produkter er lite differensierte, lave byttekostnader, kundene har ikke spesielt høy lønnsomhet og trussel om oppstrøms integrasjon er reell.

#### 10.1.5 Intern rivalisering

De foregående konkurransekraftene er av et bredt omfang og påvirker direkte konkurranseintensiteten mellom rivaliserende aktører i en bransje (Johnson, et al., 2008). Med rivalisering menes det hvor stor andel av verdier som overføres til kunder grunnet intern bransjekonkurranse (Barney, 2013). Høy grad av rivalisering vil redusere lønnsomheten i en bransje, og kan potensielt bli presset ned til krysningspunktet hvor pris er lik marginalkostnad dersom bransjen er utsatt for perfekt konkurranse. I tillegg til påvirkning fra de øvre konkurransekraftene influeres rivaliseringsstyrken som driver ned lønnsomheten i en bransje av flere fremtredende faktorer (Porter, 1979).

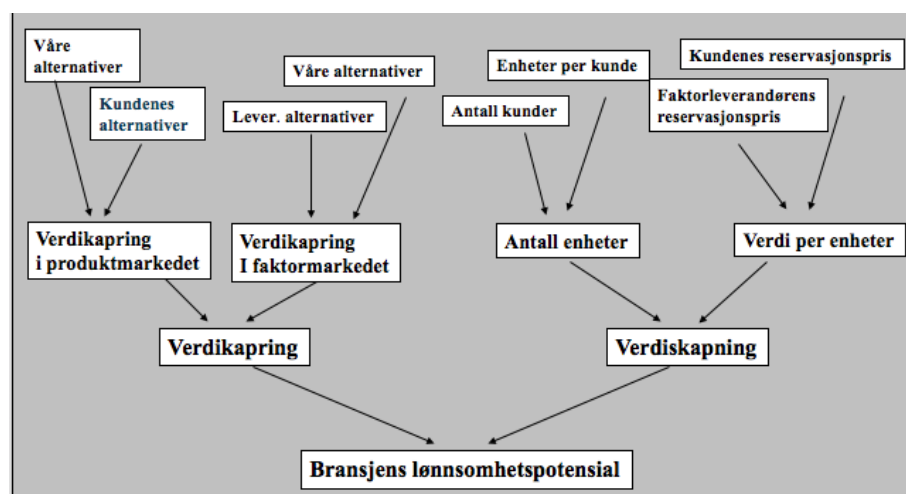
Den første faktoren omhandler *konsentrasjon og antall konkurrenter* (Porter, 1979). En bransje er mer utsatt for intens rivalisering i tilfeller hvor det er mange konkurrerende selskaper. Den andre faktoren er *bransjevekst* og beskriver at rivalisering vil være mer tiltagende dersom en bransje er gjenstand for lav vekst. I slike tilfeller vil bransjen preges av priskonkurranse og lav profitabilitet (Johnson, et al., 2008). En tredje faktor berører *faste kostnader*. Bransjer med høye faste kostnader tenderer mot å være rivaliserende fordi de krever betydelige irreversible investeringer. Avslutningsvis vil *produkt-differensiering* introdusere *byttekostnader* for kunder, hvilket begrenser attraktiviteten knyttet til alternative produkter (Barney, 2013). Lav grad av differensiering vil ha en tiltakende effekt på rivaliseringsstyrken, som reduserer lønnsomhetspotensialet i bransjen, da pris er eneste konkurranseparameter (Johnson, et al., 2008).

## 10.2 Kritikk av Porters bransjemodell

Til tross for at Porters bransjemodell har vært det rådende verktøyet for analyse av konkurranseomgivelser de siste tiårene, foreligger det mye kritikk knyttet til dens omfang. Jakobsen og Lien (2001) argumenterer for at hovedproblemet med bransjemodellen er at den har et for ensidig fokus på konkurranseintensiteten mellom etablerte aktører i en bransje. Dette medvirker til at bransjemodellen ikke tar hensyn til at bedrifter skaper økt læring og verdiskaping gjennom samarbeid, hvilket fungerer som en positiv eksternalitet for alle aktørene innad i en bransje. Videre påpeker Jakobsen og Lien at modellen kun er en systematisk måte å gruppere konkurranseomgivelser på og dermed ingen teori om konkurranse. Det kan derfor anføres at Porters bransjemodell, isolert sett, er et mangelfullt rammeverk for analyse av Airbnbs konkurranseomgivelser. Vi må derfor supplere det teoretiske fundamentet ved å gjøre noen tilpasninger slik at rammeverket vårt adresserer både *verdiskaping* og *verdikapring*.

## 10.3 Lønnsomhetstreet - Verdiskaping

Jakobsen og Lien presenterer i sin bok *Ekspansjon og Konsernstrategi* (2001) modellen *Lønnsomhetstreet* som tar for seg hvordan ulike makroendringer i konkurranseomgivelsene påvirker *verdiskaping* og *verdikapring* i et marked. De argumenterer for at eksisterende modeller, heriblant Porters fem konkurransekrefter, ikke er et tilstrekkelige analyseverktøy for å kunne trekke slutninger om et markeds lønnsomhetspotensial (Jakobsen & Lien, 2001). Lønnsomhetstreet organiserer alle analyser i et overordnet rammeverk og presenterer sammenhengene mellom analysene på en lettfattelig måte.



Figur 7: Bransjens lønnsomhetspotensial (Jakobsen & Lien, 2001)



Modellen tar utgangspunkt i to hovedgrener, som illustrert i figur 7. Den ene grenen tar for seg analyser av de økonomiske verdiene som skapes i et marked, mens den andre grenen sentrerer rundt fordelingen av verdiene (Jakobsen & Lien, 2001). Konklusjonen på lønnsomheten i markedet er kjernen i treet. Etersom Porters fem konkurransekrefter forklarer de underliggende mekanismene ved *verdikapring* vil vi i det påfølgende fokusere på *verdiskapingsdelen* i lønnsomhetstreet.

### 10.3.1 Verdiskaping

Verdiskaping i et marked betegnes som differansen mellom oppnådd gevinst av et produkt og de totale kostnadene forbundet med å gjøre produktet tilgjengelig (Jakobsen & Lien, 2001). Verdiene som oppstår i et marked tillegges primært tre grupper, herunder kunder, faktorleverandører og konkurrenter. Dersom markedene oppfyller vilkår for perfekt konkurranse vil verdiskapingen utelukkende tillegges konsumentene. Det er imidlertid svært sjeldent at man observerer perfekt konkurranse i et marked, hvilket kompliserer fordelingsnøkkelen. Forventet verdiskaping kan gjennom en systematisk dekomponering av bestanddelene i lønnsomhetstreet illustreres ved et nokså enkelt matematisk uttrykk.

$$\text{Verdiskaping} = (\text{kundenes reservasjonspris} - \text{faktorleverandørens reservasjonspris}) \\ * (\text{antall kunder} * \text{antall produktenheter per kunde})$$

Innledningsvis i analysen må selskaper estimere hvor stor verdi hver produktenhet tillegges av kunder i et bestemt marked (Jakobsen & Lien, 2001). Verdiskapingen per produktenhet bestemmes av differansen mellom kunders og faktorleverandørers reservasjonspriser. Førstnevnte beskriver den maksimale prisen som en kunde er villig til å betale for et produkt og kan ikke observeres direkte i markedet (Lien, Knudsen, & Baardsen, 2016). Den utledes fra substituerbare produkters evne til å kapre markedsandeler. Leverandørers reservasjonspris representerer den laveste prisen leverandører i markedet er villig til å akseptere for salg av innsatsfaktorer. Andre del av likningen er antall produktenheter, som i sin tur utledes av markedets størrelse.

#### *Endringer i kundenes reservasjonspris*

Lien, Knudsen og Baardsen (2015) argumenterer for at variasjoner i den enkelte kundes betalingsvillighet kan tilskrives flere forhold. Det første forholdet refererer til kunders oppfattelse av produktets pris og kvalitet, sammenlignet med substituerbare produkter. Intuisjonen bak første del av uttrykket er at markedets totale verdiskaping vil øke dersom kunders maksimale betalingsvilje knyttet til eksisterende produkter relativt mot substitutter

øker (Lien, et al., 2016). På tilsvarende måte vil mer attraktive substitutter føre til en redusert maksimal betalingsvilje for det eksisterende produktet, og dermed lavere verdiskaping i markedet.

Et annet forhold som påvirker kunders reservasjonspris og således evnen til å konkurrere mot substitutter, er pris og kvalitet på komplementer (Lien, et al., 2016). To produkter anses å være komplementære dersom verdien av det ene produktet er større for kunder når det benyttes sammen med det andre produktet. Endringer i tilbud og pris på komplementære produkter vil påvirke kunders maksimale betalingsvilje, der utfallet avhenger av hvorvidt endringen er av en positiv eller negativ art. Videre vil maksimal betalingsvilje berøres av kunders kjøpekraft. Velstandsendringer vil kunne justere den enkelte kundes betalingsevne og således ha en direkte effekt på reservasjonsprisen.

### *Endringer i leverandørenes reservasjonspris*

Det foreligger også endringer knyttet til leverandørenes reservasjonspriser som kan influere den totale verdiskapingen i markedet (Lien, et al., 2016). Med leverandører menes det aktører som leverer innsatsfaktorer til et marked, heriblant arbeidskraft, IT og tjenester. En fremtredende faktor til endrede reservasjonspriser er svingninger i etterspørselen etter innsatsfaktorer i andre potensielle markeder. I oppgangstider vil høy etterspørsel i et marked medvirke til at leverandører verdsetter sine innsatsfaktorer høyere, hvilket øker reservasjonsprisen ovenfor andre markeder. For å få et helhetlig bilde av verdiskapingen i et marked er det vanlig å fokusere på innsatsfaktorene som utgjør en vesentlig andel av de totale kostnadene.

### *Endringer i antall kunder eller enheter per kunde*

Det fremkommer av uttrykket gitt over at verdiskaping i et marked avhenger av både verdiskaping per enhet og antall solgte enheter. Jakobsen og Lien (2001) argumenterer for at det er to primærkilder til endret verdiskaping, herunder endringer i antall kunder og solgte enheter per kunde. Kundeantallet øker eller avtar i de fleste tilfeller grunnet at substitutter til markedet kaprer dem. Det er forholdet mellom pris og kvalitet på produktene levert i markedet relativt til substituttene, som avgjør i hvor stor grad verdier fordeles mellom tilbyderne (Lien, et al., 2016). Dersom forholdet mellom disse faktorene bedrer seg i et marked vil evnen til å konkurrere mot substitutter styrkes, men det vil også gjøre markedet mer attraktivt for andre konkurrenter. Begge effekter er i så henseende positivt for verdiskapingen i markedet. Økt velstand vil også i de fleste tilfeller føre til at flere kunder tiltrekkes til markedet, da de besitter

---

høyere betalingsevne. Videre vil antall solgte enheter påvirkes av at kunder tillegger markedsproduktet eller substituttet mer vekt, gitt av endringer i pris-/kvalitetsforholdet.

## 10.4 Verdikapring i den norske overnattingsbransjen

### 10.4.1 Trussel fra inntrengere

Overnattingsbedriftene anses å være en grunnpilar for norsk reiseliv (NHO Reiseliv, u.d). Ferie- og fritidstrafikken har erfart en kraftig vekst de foregående årene og en stor del av veksten kan tilskrives utenlandsk reiseaktivitet (Innovasjon Norge, 2017). En rapport fra Innovasjon Norge viser at kommersielle overnattingssteder stod for 33,14 millioner gjestedøgn og at utlendingers turistkonsum utgjorde 29 % av det samlede turistkonsumet i landet for 2016. Hotelovernattinger dominerer det norske overnattingsmarkedet med tilnærmet 22,6 millioner gjestedøgn og losjiinntekter pålydende NOK 13,7 milliarder. Potensielle inntrengere i overnattingsbransjen er i hovedsak tilførsel av nye hotellkjeder, delingsselskaper og annen overnattingsformidling. Sistnevnte vil videre i analysen være en samlebetegnelse for hytter, vandrerhjem og campingaktivitet.

Potensielle nyetableringer i en bransje bringer med seg et ønske om å tilegne seg markedsandeler, en betydelig ressursportefølje og ny kapasitet. I overnattingsbransjen er den mest fremtredende nyetableringen de siste årene delingsøkonomiselskapet Airbnb. Selskapet har hatt en betydelig vekst, ettersom de hadde svært beskjeden utbredelse i Norge for kun et par år siden. NHO reiseliv, den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge, uttalte i et notat til delingsøkonomiutvalget i september 2016 at eksisterende overnattingsaktører har i liten grad blitt påvirket av konkurransen fra Airbnb (NHO Reiseliv, 2016). De erkjenner imidlertid at dersom veksten til delingsselskapet fortsetter, vil etablerte overnattingsaktører påvirkes i større grad. Vi vil derfor undersøke hvorvidt det foreligger etableringsbarrierer i overnattingsbransjen, og hvilken påvirkning Airbnbs inntreden i bransjen har på styrken til konkurransekraftene.

### *Stordriftsfordeler*

Det kan argumenteres for at overnattingsbransjen er gjenstand for stordriftsfordeler knyttet til anvendelse av arbeidskraft, kapitaltilgang, markedsføring, organisering og markedsrett. Disse er imidlertid i større grad tilgjengelig for store overnattingsaktører, da stordriftsfordeler ofte har sitt opphav i en betydelig størrelsesorden. Fremtredende hotellkjeder som Scandic og Nordic Choice, hvilket for øvrig er i besittelse av henholdsvis 90 og 94 hoteller i Norge, har større muligheter til å kunne sentralisere viktige forretningsfunksjoner og utvikle IT-systemer

som bidrar til driftsmessige stordriftsfordeler (Choice, 2017; Scandic, 2017). Det er nærliggende å tro at en stor portefølje av arbeidstakere gir hotellkjedene unik kompetanse og spesialiseringsmuligheter som kan utnyttes i investerings- og forskningssituasjoner. Hotellkjeder vil også kunne utøve forhandlingsmakt, eksempelvis i form av kvantumsrabatt, ovenfor leverandører i større grad enn hva mindre overnattingsaktører er kapable til, hvilket i seg selv kan anses å være en etableringsbarriere. Gitt at det foreligger høy konsentrasjon av leverandører i markedet vil en slik etableringsbarriere kunne tilta i styrke.

For Airbnbs anliggende kan det anføres at de har betydelige stordriftsfordeler i form av nettverkseffekter. Airbnbs digitale delingsplattform innbyr til aktiv deltakelse mellom etterspørere og tilbydere av bolig i overnattingsmarkedet, der nytten til begge grupperinger kan hevdes å være avhengig av forholdet dem imellom. Således vil flere verter innebære flere utleiemuligheter, som i sin tur resulterer i at flere potensielle overnattingsgjester søker etter leieenheter på Airbnb. Velkonstruerte tillitsmekanismer, herunder tilbakemeldingssystemet, vil også bidra til positive nettverkseffekter fra begge sider av markedet. Delingsplattformen til Airbnb er nødvendig for avtaleinngåelse, men selve verdien for selskapet oppstår i tillitsforholdet mellom verter og gjester. Det kan derfor anføres at tilsvarende nettverkseffekter vil være vanskelig for nykommere å kunne oppdrive uten et betydelig markedsavtrykk og velkonstruerte tillitsmekanismer. Airbnbs stordriftsfordeler kan således antydes å være av en betydelig størrelse.

### *Kapitalbehov*

Kapitalbehovet for nykommere i hotellbransjen kan argumenteres for å være av en betydelig karakter. Dersom man skal konkurrere mot etablerte aktører, uavhengig av om det er hotellkjeder eller annen overnattingsformidling, må man være i besittelse av en eiendom. Kjøp av tomt eller restaureringsobjekt vil være en kostbar affære. Etablerte hotellkjeder har ofte attraktiv beliggenhet, hvilket innebærer at nykommere som ønsker å tilrive seg markedsandeler vil måtte plassere seg på tilsvarende lokasjoner eller differensiere seg på andre måter. Det er nærliggende å tro at begge alternativer vil generere betydelige oppstartskostnader. Nykommere vil også måtte ha kapital til å dekke driftsrelaterte kostnader, herunder varekjøp, tjenestekjøp og lønnskostnader. Det fremgår i en produktivitetsrapport om norsk reiseliv at nykommere har større vanskeligheter enn etablerte aktører for å få tilgang til kapital fra banker og eksterne investorer, hvilket kan gjøre etablering vanskelig (Iversen, Jakobsen & Holme, 2015). Hva angår etablering som et delingsselskap i overnattingsbransjen kan det hevdes at kapitalbehovet knyttet til utvikling av en digital delingsplattform, isolert sett,

---

ikke er like betydelig som ved tradisjonell overnattingsvirksomhet. Nykommere vil imidlertid måtte investere en del i utvikling av plattformens funksjonalitet og estetikk, men dette kan outsources til kvalifisert personell. Det er således ikke behov for ervervelse av et eiendomsobjekt.

### *Byttekostnader*

Byttekostnaden ved å skifte mellom tradisjonelle overnattingssteder kan anses å være lav. Det foreligger flerfoldige overnattingssteder på de fleste geografiske lokasjoner i landet og rombestillingsprosessen er nokså enkel. De ulike hotellkjedene har også mye likt interiør, hvilket innebærer at kunder ikke tillegger overnattingsstedet mer verdi enn dets alternativer i markedet. Hva angår prisnivå kan det anføres at overnattingsbransjen er gjenstand for priskonkurranse, grunnet høy konsentrasjon av overnattingssteder på populære geografiske lokasjoner. Dersom en hotellkjede opererer med et høyere prisnivå enn tilsvarende aktører, alt annet likt, vil konsumenter tendere mot å velge det billigere alternativet. Det kan imidlertid anføres at en rekke kunder har akkumulert byttekostnader gjennom årenes løp, som følge av god og forutsigbar service på det aktuelle overnattingsstedet. Slike kunder vil antakeligvis ikke skifte overnattingssted hyppig. Videre er det nok også flere store selskaper som har inngått rabatterte avtaler med enkelte hotellkjeder for deres forretningsreisende. Dette kundesegmentet vil også trolig være lojal mot et spesifikt overnattingssted og således besitte høye byttekostnader. Til tross for høye byttekostnader blant disse kundesegmentene er det likevel ikke et tilstrekkelig grunnlag for å kunne generalisere dette til den generelle kundemassen.

Byttekostnader knyttet til leievirksomhet gjennom Airbnbs delingsplattform kan anses å være nokså betydelige. Det fremgår av Airbnbs landrapport at 24 % av besøkende i Oslo ikke ville valgt Norge som feriedestinasjon dersom selskapet ikke var tilstede i byen (Airbnb, 2016a). Selskapet har også offentliggjort at hele 91 % av tilreisende på verdensbasis ønsker å bo som lokalbefolkningen. Basert på ovennevnte kan det anføres at kunder tillegger Airbnb-opphold vesentlig mer verdi enn tradisjonell overnattingsvirksomhet, og at det således er moderate byttekostnader mellom aktørene i markedet. For gjester innebærer dette mindre valgmulighet, og potensielt lavere kvalitet på overnattingsproduktet. Byttekostnaden for verter er potensielt mindre utleieaktivitet, og nytt behov for å starte opparbeidelse av tillit ved gode tilbakemeldinger. På den annen side vil et eventuelt misbruk av markedsrett føre til at verter og gjester enkelt kan finne seg en annen delingsplattform. Hvorvidt det foreligger substitutter til Airbnb vil behandles senere i utredningen. Det kan hevdes at tilgang på liknende

delingsplattformer vil redusere byttekostnadene noe, men de vil likevel være av en betydelig art.

### *Produktdifferensiering*

Forretningsreisende vil antageligvis ønske stor grad av forutsigbarhet vedrørende basiskrav tilknyttet overnattingstjenester, herunder standardiserte rom, gode senger og lav grad av interaksjon med hotellpersonell. I slike tilfeller er reisens formål primært arbeidsrelatert, og ikke gjenstand for kulturelle opplevelser. Dette er en klar kontrast til Airbnb-gjester ved at det er opplevelsen av å leve som lokalbefolkningen og det lokale mangfoldet som er primærdriverne bak reisemålet (Airbnb, 2015). En Airbnb-gjest blir 2,1 ganger lenger enn vanlig besøkende, som tenderer mot at oppholdet er mer berikende enn hotellovernatting. Personlig interaksjon med Airbnb-verten vil kunne oppfattes som hyggelig, tillitsskapende og berikende i form av kulturelle utvekslinger. Basert på ovennevnte kan vi argumentere for at det foreligger en viss grad av produktdifferensiering i overnattingsbransjen.

### *Kostnadsfordeler*

Kostnadsfordeler blant etablerte aktører henger implisitt sammen med stordriftsfordeler. Gitt at det foreligger betydelige stordriftsfordeler i overnattingsbransjen vil de store aktørene kunne kjøpe store kvantum til rabatterte priser. Følgelig vil dette gi etablerte aktører en kostnadsfordel ovenfor nykommere som vil være vanskelig å kopiere før de er på et tilsvarende nivå. Kostnadsfordeler knytter seg også til læringskurveeffekter og beskyttet teknologi. Det kan argumenteres for at etablerte aktører med lang fartstid i bransjen og en stor portefølje av arbeidstakere vil enklere kunne utnytte læringskurveeffekter enn nykommere. Dersom en stor overnattingsaktør evner å oppstille kvalitetsforbedringer vil de kunne øke inntjeningen per sysselsatt benyttet i overnattingsvirksomheten og således oppleve økt produktivitet. Nykommere vil antakeligvis måtte tilpasse seg forholdene i overnattingsbransjen før de tilegner seg lærdom knyttet til effektiviserte prosesser og inntjening per sysselsatt. Vi kan derfor hevde at det foreligger høy grad av kostnadsfordeler innen tradisjonell overnattingsvirksomhet.

For delingsaktøren Airbnb vil det ikke gjennom deres digitale delingsplattform foreligge kostnadsfordeler sett opp mot andre delingsplattformer, ettersom reduserte transaksjons- og søkekostnader er gjeldende for alle plattformbaserte selskaper. Det er imidlertid slik at Airbnb kan ha opparbeidet seg beskyttet teknologi gjennom deres velfungerende tilbakemeldingssystem og dynamiske prisalgoritme. Hvorvidt disse teknologiske

---

nyvinningene er av en beskyttet art har vi ikke klart å innhente informasjon om, men de kan uansett hevdes å fungere som et kostnadsfortrinn for selskapet. Ved å sammenligne tradisjonell overnattingsvirksomhet med plattformbaserte selskaper som Airbnb kan det anføres at sistnevnte innehar kostnadsfordeler ovenfor den kontraherende aktøren. Det er naturlig nok lavere direkte kostnader forbundet med en delingsplattform og det tar kortere tid å legge ut en annonse. Videre vil Airbnb kunne investere i mindre markedsføring grunnet deres nettverkseffekter og at de er ansett som en stor global aktør. Oppsummert vil disse to effektene trekke i motsatt retning av hverandre. Det er nærliggende å tro at reduserte kostnader, gitt av delingsplattformers fremvekst, vil redusere styrken på en etableringsbarriere i form av kostnadsfordeler for aktører i overnattingsbransjen.

### *Adgang til distribusjonskanaler*

Store aktører innen overnattingsbransjen kan utøve større forhandlingsmakt ovenfor leverandører som leverer innsatsfaktorer. Dette i seg selv gir dem antakeligvis tilgang til de fleste distribusjonskanaler, men de kan også presse slike leverandører til å ekskludere potensielle nykommere i bransjen. I slike tilfeller vil det bli vanskelig for nykommere å få tilgang til nødvendige distribusjonskanaler for sitt produkt, og således vanskelig å etablere seg i markedet. Kunders forhandlingsmakt, overnattingsvirksomhet i dette tilfellet, vil behandles nærmere senere i utredningen. Vi lever imidlertid i en digitalisert verden og det er tvilsomt at etablerte aktører vil kunne utøve markedsrett ovenfor alle alternativer som kan yte slike tjenester. En slik ekskluderingsstrategi fra etablerte aktører vil dermed fungere i en viss grad og potensielt være mer omfattende dersom det er lav konsentrasjon av slike tilbydere i markedet, men vil ikke eliminere nykommeres muligheter til å få adgang til distribusjonskanaler. Hva angår Airbnb så foregår det meste av distribusjonen på deres delingsplattform. Plattformen tilrettelegger for interaksjon mellom interessenter, enkelt og sikkert betalings- og reservasjonssystemer samt effektiv markedsføring (NOU 2017:4, s. 114). Vi kan derfor argumentere for at Airbnb i liten grad kan begrense tilsvarende delingsplattformers adgang til distribusjonskanaler. Videre vil heller ikke Airbnbs tilgang til distribusjonskanaler påvirke eller bli påvirket av tradisjonelle overnattingsaktørers potensielle forhandlingsmakt over slike tilbydere. Dette da Airbnb benytter seg selv som distribusjonskanal gjennom å være mellomledd i transaksjoner mellom to parter.

På bakgrunn av ovenstående diskusjon er det mye som taler for at det foreligger nokså store etableringsbarrierer i overnattingsbransjen. Tradisjonell overnattingsvirksomhet (her: hoteller) av betydelig størrelse vil kunne utnytte stordriftsfordeler, forskjeller i kapitalbehov,

byttekostnader, kostnadsfordeler og adgang til distribusjonskostnader. Dette vil begrense attraktiviteten til overnattingsbransjen og således redusere antall potensielle nykommere. På den annen side kan fremveksten av overnattingsformidlingen til Airbnb, gjennom deres digitale delingsplattform, hevdes å påvirke styrken til flere kilder som gir etableringsbarrierer styrke. Selskapets delingsplattform reduserer kapitalbehovet og kostnadsfordeler i overnattingsmarkedet betraktelig, i tillegg til å introdusere høye byttekostnader for den generelle kundemassen. Vi kan dermed konstatere at det foreligger etableringsbarrierer i overnattingsbransjen, men at styrken på konkurransekraften er redusert betraktelig som følge av Airbnbs fremvekst.

#### **10.4.2 Trussel fra substitutter**

Substitutter til hotellvirksomhet er primært delingsselskaper og hotellformidlingstjenester. Det finnes per i dag en rekke delingsplattformer som baserer seg på kommersiell deling av bolig, heriblant Airbnb, HomeAway, FlipKey, Roomorama og 9Flats (NOU 2017:4, s. 114). I tillegg til kommersiell utleie finner vi delingsplattformen Couchsurfing som tilrettelegger for at reisende kan benytte seg av gratis overnattinger. Delingsøkonomiaktørens tilstedeværelse i Norge er fremdeles av en beskjeden karakter sammenlignet med andre land, som har funnet det nødvendig å utarbeide reguleringer for å begrense deres vekst (NOU 2017:4, s. 16). Det er nærliggende å tro at en tilsvarende delingsøkonomivekst vil kunne oppstå i Norge, slik at hotellvirksomhet har betydelig større konkurranse enn hva tilfellet var for ti år siden. Funn fra utredningens skattedel, gitt av kapittel 6.3, viser at Airbnb omsatte for NOK 726 888 000 på landsbasis i 2016. Losjibransjens totale omsetning for samme år var pålydende NOK 13 700 000, hvilket i seg selv taler for at Airbnb er en liten aktør. Det er imidlertid slik at Airbnbs omsetningstall for 2016 representerte en økning i omsetning på over 410 % for perioden 2014 til 2016. Dette er utvilsomt en stor økning og gir oss grunnlag for å hevde at Airbnb vil kunne utgjøre en betydelig trussel for tradisjonell overnattingsvirksomhet i fremtiden. Hvorvidt dette gjelder et fem- eller tiårsperspektiv er vanskelig å predikere, men selskapets vekstrate taler for førstnevnte. Foruten delingsaktører har også hotellformidlingstjenester som booking.com og Finn Reise startet med å tilby privat overnatting, som også kan potensielt stjele markedsandeler fra tradisjonell overnattingsvirksomhet (NOU 2017:4, s. 114). Trusselen fra nevnte substitutter kan dermed anses å være høy.



---

### 10.4.3 Leverandørens forhandlingsmakt

Leverandørens forhandlingsmakt avhenger av underliggende faktorer ved markedssituasjonen og den relative sammenhengen mellom salgsvolum og selskapets virksomhet. Med leverandører i denne bransjeanalysen mener vi samtlige aktører som leverer innsatsfaktorer til hotellnæringen, men også privatpersoner (her: vert) som bedriver utleievirksomhet gjennom Airbnbs delingsplattform. For tradisjonell overnattingsvirksomhet vil det antakeligvis være behov for et bredt spekter av leverandører. Hotelldrift vil eksempelvis kreve leverandører som leverer interiør, strøm, høyhastighetsinternett, hotellsystemer, vaskepersonell og gjestartikler. Vi har ikke lyktes med å innhente tall på antall selskaper i markedet som leverer slike varer og tjenester, men det er nærliggende å tro at det er høy konsentrasjon av tilbydere. Selv om hotelldrift krever mange leveranser vil det likevel være slik at enkelte leveranser er viktigere enn andre. Overnattingsgjester har ofte minimumskrav knyttet til et hotellopphold som det forventes at hotellet vil imøtekomme, heriblant gode senger, høyhastighetsinternett og god frokost. Det kan følgelig være tilfelle at disse driverne vil variere avhengig av hotellkarakteristika og beliggenhet. En undersøkelse gjennomført av det verdensomspennende forretningsreisebyrået Egencia viser at nevnte krav er ansett som de viktigste blant norske hotellgjester (Egencia, 2015). Det kan derfor anføres at gode relasjoner med tilbydere av slike leveranser er således essensielt for å sikre kundetilfredshet, men også hotellens bunnlinje.

Hver enkelt leverandørs forhandlingsmakt ovenfor hotellvirksomheter vil avhenge av etterspørselssiden i markedet og hvorvidt leverandører differensierer seg fra andre tilbydere. Høy konsentrasjon av leverandører, hvilket er naturlig å anta er tilfelle for enkelte leveranser i overnattingsmarkedet, vil være negativt korrelert med forhandlingsmakt. Dette taler for lav forhandlingsmakt. På den annen side er det lite trolig at det foreligger høy konsentrasjon av leverandører knyttet til alle potensielle leveranser i overnattingsmarkedet. Hotellsystemer er eksempelvis en leveranse som antakeligvis er kostbart å utvikle, hvilket innebærer at det kan være færre leverandører som leverer et slikt produkt. Hotellkjeden Choice, som er en av de store aktørene i hotellbransjen, benytter eksempelvis hotellsystemet Cenium Hotel Management (Microsoft Norge, 2012). Leverandøren for systemet, Microsoft Gold Partner, er en internasjonal aktør som tilbyr spesialiserte løsninger, hvilket kan øke leverandørens attraktivitet blant hotellkjeder. Det er nærliggende å tro at øvrige hotellkjeder i Norge har implementert tilsvarende systemer. Følgelig vil også forhandlingsstyrken til disse leverandørene tilta.

Hva angår leverandører, altså verter, som bedriver utleievirksomhet gjennom Airbnbs delingsplattform vil andre forhold gjøre seg gjeldende. Som tidligere nevnt i utredningens kapittel 2.2 så legger ikke Airbnb direkte føringer på prisene som settes på utleieobjekter gjennom deres delingsplattform. Det er leverandørene som bestemmer prisnivået på sin respektive utleieenhet, hvilket påvirkes indirekte av Airbnbs dynamiske prisalgoritme. Dette taler for høy forhandlingsmakt. På den annen side kan det anføres at prisnivået på utleieobjekter i prinsippet er utledet av markedsprisen, slik at leverandørene ikke har reell innflytelse på prisnivået og således lav forhandlingsmakt.

Det kan imidlertid hevdes å være forhandlingsmakt knyttet til nettverkseffektene som oppstår på Airbnbs delingsplattform. Vi vet at selskapet opplever direkte nettverkseffekter ved at flere verter (her: leverandører) tiltrekker seg flere gjester og ved bedre tillitsmekanismer gjennom tilbakemeldingssystemet. Leverandører som evner å akkumulere gode tilbakemeldinger på leieopphold vil fremstå som mer attraktive blant reisende. En potensiell etterspørselsøkning vil kunne resultere i høyere forhandlingsmakt, ettersom flere interessenter ønsker å benytte leverandørens utleieobjekt. Av den grunn vil enkelte leverandører kunne utøve moderat forhandlingsmakt, mens den generelle leverandørmassen har lav forhandlingsmakt.

#### **10.4.4 Kundernes forhandlingsmakt**

På tilsvarende måte som med leverandører vil kunder ha mulighet til å utøve forhandlingsmakt ovenfor aktører i overnattingsbransjen. Kunder for henholdsvis hotellvirksomhet og utleievirksomhet gjennom Airbnbs delingsplattform gjelder i prinsippet den samme kundemassen, mens førstnevnte vil i større grad kunne tiltrekke seg forretningsreisende.

Det fremgår av Innovasjon Norges rapport om nøkkeltall for norsk turisme at 2016 var et rekordår for reiselivsnæringene i landet, gitt av en markant økning i ferie- og fritidstrafikk (Innovasjon Norge, 2017). Vi opplevde blant annet en økning på hele 10 % i utenlandske kommersielle gjestedøgn. Rapporten viser også at forbruk knyttet til ferie- og fritidsreiser har vært gjenstand for en betydelig vekst. Det er nærliggende å tro at mye av veksten kan tilskrives den lave kronekursen i landet. Et fall i kronekursen vil føre til styrket kjøpekraft for både utenlandske og innenlandske turister som ferierer i Norge, sammenlignet med andre land. Isolert sett taler dette for at Norge blir mer attraktivt for turister, uavhengig av nasjonalitet. Det er imidlertid langt flere faktorer enn kjøpekraft som vektlegges av kunder ved et reisemål. Kunder har selv anledning til å bestemme ønsket reisedestinasjon, til tross for at valget trolig begrenses noe av kundens respektive budsjettbetingelse. Hvorvidt kunden foretrekker Norge

---

fremfor eksempelvis Spania avhenger i stor grad av den enkeltes preferanser og mobilitet. Dette gir at muligheten til å kunne velge blant ulike alternativer i seg selv taler for høy forhandlingsmakt. Større tilbud og lavere priser på transport har gjort mobiliteten til feriereisende betydelig større i senere tid, hvilket innebærer internasjonal konkurranse knyttet til ferie- og fritidsreisende. Høy konsentrasjon av alternativer kan gi muligheter for å presse priser ned, som i sin resulterer i forhandlingsmakt.

På den annen side kan det anføres at ferie- og fritidsreiser kun er aktuelt i bestemte perioder, eksempelvis sommerferier, hvor det vil være høy etterspørsel etter overnattingsmuligheter. Således vil kalendereffekter føre til at kunders forhandlingsmakt ikke er like fremtredende. Videre vil ikke høy forhandlingsmakt være gjeldende for alle kundesegmenter. Forretningsreisende vil eksempelvis ikke ha anledning til å velge ønsket reisedestinasjon, ettersom dette bestemmes internt i det aktuelle selskapet, og er dermed ikke gjenstand for internasjonal konkurranse. Gitt at selskapet er av betydelig størrelse og overnattingsaktører er lokalisert ved mesteparten av selskapets potensielle forretningsdestinasjoner vil det kunne utøve noe forhandlingsmakt gjennom større kvantumsbestillinger. Basert på ovennevnte forhold kan vi derfor konkludere med at kunder i overnattingsmarkedet har moderat forhandlingsmakt, hvorav feriereisende som utnytter kalendereffekter er mest fremtredende.

#### **10.4.5 Intern rivalisering**

Den interne rivaliseringen mellom aktørene i overnattingsbransjen utledes av konkurranseintensiteten i markedet, omfanget til etableringsbarrierer, trussel fra inntrengere og substitutter, samt styrken på kunders og leverandørenes forhandlingsmakt. I vår bransjeanalyse har vi konkludert med at trusselen fra inntrengere er av moderat størrelse. I fravær av Airbnbs delingsplattform ville det vært grunnlag for å hevde at det forelå betydelige etableringsbarrierer som begrenset bransjens attraktivitet for potensielle inntrengere, med høyt kapitalbehov og stordriftsfordeler som fremtredende hindre. Det er imidlertid slik at Airbnbs fremvekst reduserer styrken på etableringsbarrierer betraktelig og gjør således etablering mer attraktivt. Hva angår substitutter til hotellvirksomhet, har vi konkludert med at det primært er delingsaktøren Airbnb som utgjør en trussel. Det foreligger også andre aktører, herunder hotellformidlingstjenester og andre delingselskaper, som potensielt kan utgjøre en trussel i fremtiden, men disse er ikke behandlet i bransjeanalysen. NHO Reiseliv har uttalt at etablerte overnattingsaktører berøres i liten grad av konkurransen fra Airbnb, men våre skattekalkyler med tilhørende vekstrate gir imidlertid et annet inntrykk. Airbnb har de siste

to årene økt sin omsetning knyttet til utleievirksomhet med over 410 %, hvilket tilsier at selskapet vil kunne fremstå som en betydelig trussel i fremtiden. Trusselen fra substitutter anses derfor som høyt for overnattingsbransjen. Videre er vi av den oppfatning at både leverandører som leverer innsatsfaktorer til hotellnæringen og verter på Airbnbs delingsplattform er i besittelse av lav forhandlingsmakt. Sistnevnte sin forhandlingsmakt vil kunne være mer fremtredende dersom verten kjennetegnes som en *superhost*. Dette grunnet at slike verter er attraktive blant kundemassen. Kunder vil derimot kunne utøve moderat forhandlingsmakt ved at det er kunden selv som har mulighet til å velge ønsket reisedestinasjon. Basert på nevnte forhold konkluderer vi med en moderat samlet påvirkning på rivaliseringen mellom tradisjonell overnattingsvirksomhet og Airbnb i overnattingsbransjen.

Konkurranseskraft	Styrke
Trussel fra inntrengere	Moderat
Trussel fra substitutter	Høy
Leverandørens forhandlingsmakt	Lav
Kundenes forhandlingsmakt	Moderat
= Intern rivalisering	Moderat

Tabell 5: Oppsummering av konkurransekrefter

Videre vil økonomiske konjunkturer påvirke den interne rivaliseringen i overnattingsbransjen. En høykonjunktur vil for Airbnbs anliggende kunne medvirke til økte kundemasser blant de to gruppene i det tosidige markedet, hvilket gir positive ringvirkninger i form av nettverkseffekter. Dersom det foreligger en betraktelig økning i antall verter og gjester vil Airbnb oppleve store konkurransefordeler, ettersom styrken til nettverkseffektene er positivt korrelert med kundemassen. Dette vil i sin tur kunne resultere i betydelige etableringsbarrierer for nye plattformaktører og således monopol-tendenser i markedet. Sett fra et langsiktig perspektiv kan fremtredende etableringsbarrierer føre til lavere intern rivalisering, da Airbnbs nettverkseffekter vil være vanskelig for konkurrenter å kopiere. På den annen side vil en høykonjunktur kunne føre til flere etableringer av konkurrerende delingsplattformer eller overnattingsvirksomheter, slik at bransjens totale lønnsomhet vil øke. Større investeringer og markedsføring fra nye plattformaktører som ønsker å kapre markedsandeler fra etablerte selskaper, kan dermed gi sterkere intern rivalisering. Hvorvidt overnattingsbransjen vil være gjenstand for dette avhenger av hvor raskt Airbnb kan ekspandere før konkurrerende plattformer etableres. Konkurrerende plattformaktører kan således ikke avvente med å penetrere markedet, da Airbnbs nettverkseffekter kan bli av en så betydelig art at det ikke kan kopieres. Det kan derfor anføres at den plattformaktøren som først oppnår en signifikant

---

størrelsesorden vil kunne dominere markedet. Videre vil høykonjunkturer føre til nyetableringer av hoteller, som i sin tur vil øke den interne rivaliseringen. De moderate etableringsbarrierene i markedet vil imidlertid virke avdempende på denne effekten.

En lavkonjunktur vil være preget av en potensielt mindre kundemasse som etablerte aktører vil konkurrere om, og det er nærliggende å tro at intern rivalisering øker. Lavere etterspørsel og likt tilbud, i hvert fall på kort sikt, vil således føre til prispress i markedet. For verter på Airbnb kan dette ha to effekter. En del verter vil ved en kost-nytte vurdering anse det som ugunstig å bedrive utleievirksomhet, og dermed trekke seg ut av markedet. Dette vil være positivt for gjenværende verter og hotellvirksomheter. I så tilfellet har den interne rivaliseringens styrke medvirket til en lavere konsentrasjon av konkurrenter. På den annen side vil en lavkonjunktur kunne føre til høyere arbeidsledighetstall. Arbeidsmarkedet vil omstille seg og arbeidsledige vil følgelig søke etter andre måter å engasjere seg i inntektsgivende arbeid. Grunnet enkel tilgang til Airbnbs plattform kan det tenkes at deler av arbeidsmarkedet vil tendere mot slike delingsplattformer for å generere inntekt. Utleie av egen bolig vil kreve minimalt med egeninnsats, og således være et attraktivt alternativ for mange. Alternativkostnaden knyttet til egen tid reduseres dermed betydelig for personer som er uten inntektsgivende arbeid, hvilket innebærer lavere reservasjonspriser (her: utleiepriser) for vertene. En lavkonjunktur vil altså ha todelte effekter for tilbudssiden på Airbnbs delingsplattform og antakeligvis andre delingsaktører, hvor effektene er motstridende. Det er vanskelig å svare på hvilken effekt som vil dominere, men det kan tenkes at tilbudssiden reduseres ettersom den norske befolkningen er garantert bistand ved tap av inntekt. For hoteller er det imidlertid større utgangsbarrierer gjennom at utrangering i et dårlig marked vil være ensbetydende med lave priser. I tillegg vil en eventuell reetablering medføre nye etableringsbarrierer og oppstartskostnader. Samlet sett vil dermed hoteller drive lenger med tap enn tilbydere på delingsplattformer. Av den grunn vil en lavkonjunktur resultere i en høy grad av intern rivalisering blant hotellvirksomheter. Etterspørselen reduseres og hotelltilbudet vil i lengre tid være konstant.

På bakgrunn av teorigjennomgangen kan vi argumentere for at produktdifferensiering og intern rivalisering er motpoler. Ved høy produktdifferensiering vil det foreligge lav rivalisering i bransjen, og følgelig vice versa. For Airbnbs anliggende er det mulig å differensiere verter gjennom historiske tilbakemeldinger, gitt av selskapets tillitsmekanismer. En status som *Superhost* vil gi fordeler i form av at man oppfattes som en mer attraktiv vert, som i sin tur kan medvirke til høyere betalingsvilje blant gjester. Det vil kreve betydelig med

utleieaktivitet og gode tilbakemeldinger for at nykommere tildeles liknende status, hvilket kan føre til lavere intern rivalisering. Hotellvirksomheter vil kunne differensiere seg på tilleggstjenester, høy grad av service og luksuriøst interiør. Slike momenter kan resultere i høyere *stjernerangering* for hotellet, og høyere rating på omdømmeapplikasjoner som TripAdvisor eller lignende aktører. Omdømmeeffekter kan være krevende for nykommere å kopiere, og kan således redusere attraktiviteten til markedsinntrengelse. Vi kan derfor konstatere at det er mulig for både Airbnb-verter og hotellvirksomhet å kunne påvirke intern rivalisering gjennom produktdifferensiering, selv om muligheten ikke er like fremtredende som i andre bransjer. Videre i bransjeanalysen vil det belyses faktorer som ikke er nevnt under de foregående konkurransekraftene, men som vil kunne påvirke rivaliseringen mellom tradisjonell overnattingsvirksomhet og Airbnb.

En moderat grad av intern rivalisering vil innebære mulighet for aktørene i markedet å opparbeide seg markedsrett, ved at bransjen innehar et lønnsomhetspotensial. Dette kan innebære at en aktør som Airbnb, ut i fra bransjeanalysen, kan oppnå en betydelig markedsrett. Urimelig skattegrunnlag vil ytterligere bedre muligheten for at Airbnb opparbeide seg en betydelig markedsandel. Imidlertid ønsker vi å undersøke om *verdiskapingsdelen* av en bransjes lønnsomhetspotensial for å analysere om det er forhold her som kan ha innvirkning på Airbnbs konkurransesituasjon.

## 10.5 Verdiskaping i den norske overnattingsbransjen

### 10.5.1 Verdiskaping per produktenhet

*Kundens reservasjonspris* representerer overnattingsgjesters betalingsvilje, altså den maksimale prisen som hver enkelt er villig til å betale for en overnattingstjeneste. Betalingsviljen i seg selv er vanskelig å kvantifisere, men er sterkt avhengig av kundens preferanser tilknyttet overnattingstjenester og beste alternativ i markedet. Prisen som betales for en overnatting kan potensielt være lik forventningsverdien av opplevd verdi for kunden, men er antakeligvis lavere. Dersom forventningsverdien til kunden overskrider prisen på tjenesten vil kjøpet kunne betegnes som godt. En kritisk driver for størrelsen på differansen mellom forventningsverdi og faktisk betalingsvilje er kundens forhandlingsrett. Høy grad av forhandlingsrett vil presse prisene, som i sin tur fører til billigere produkter for kunder. Det kan anføres at delingsaktørers inntreden i overnattingsbransjen har økt overnattingstilbudet, hvilket taler for høyere forhandlingsrett.

---

Det kan imidlertid være en betydelig forskjell mellom forventningsverdi og potensiell verdi. En faktor som vil medvirke til lavere forventningsverdi enn potensiell verdi er usikkerhet. For Airbnbs anliggende vil deres nettverkseffekter kunne eliminere slik uønsket støy. Selskapets nettverkseffekter anses å være tosidige, hvilket impliserer at nytten til en Airbnb-vert avhenger av hvor mange gjester som benytter plattformen. Dette gir at en økt deltakerbase i nettverket vil være positivt, ettersom en stor mengde brukere vurderer det slik at nettverket er trygt og pålitelig. En økning i antall deltakere på plattformen vil også ha en positiv innvirkning på tilbakemeldingssystemet ved at flere kundeanmeldelser gir et rikere og mer optimalt beslutningsgrunnlag for andre brukere. De nevnte faktorene vil dermed kunne eliminere deler av usikkerheten knyttet til overnattingstjenesten, men også øke grad av tillit blant plattformens deltakere. Således vil positive eksternaliteter medvirke til at kunder tillegger Airbnb høyere forventningsverdi og dermed kunde verdi. Vi kan anføre at betalingsviljen til Airbnb-gjester er positivt korrelert med størrelsen på Airbnbs nettverkseffekter.

Tradisjonell hotellvirksomhet vil ikke være gjenstand for tilsvarende positive eksternaliteter. Ratingsystemet av hoteller utføres i hovedsak av eksterne aktører, hvilket innebærer at økt antall hotellgjester ikke er ensbetydende med bedre ratingnivå. Det er naturligvis slik at flere hotellgjester i seg selv vil kunne føre til flere tilbakemeldinger på overnattingstjenesten, men hotellvirksomhetene har ikke integrert disse i rombestillingsprosessen for potensielle kunder. Dette gir en informasjonsasymmetri vedrørende historiske erfaringer mellom de to overnattingsaktørene. Selskapet TripAdvisor vil imidlertid utnytte nettverkseffektene og redusere informasjonsasymmetrien noe for hotellvirksomheter, som kan anses å være en positiv eksternalitet. Det kreves likevel egeninnsats for å innhente samme beslutningsgrunnlag som Airbnbs delingsplattform tilbyr. Vi kan derfor argumentere for at Airbnb er i besittelse av en fordel knyttet til informasjon om historiske erfaringer og tillit, hvilket kan ytterligere øke kunde verdien.

Det kan hevdes at kunde verdien knyttet til Airbnb-opphold og hotellovernatting utledes av forskjellige verdidrivere som influerer gjesters betalingsvilje. Airbnb vil få positive synergier som følge av deres betydelige nettverkseffekter, hvilket hotellvirksomheter ikke besitter i like stor grad. Av den grunn kan det argumenteres for at Airbnb er mer tilrettelagt for å minimere avstanden mellom forventet kunde verdi og potensiell kunde verdi, enn tradisjonell hotellovernatting. Analysen konkluderer imidlertid ikke på hvilken av betalingsviljene som vil være størst, noe som vil kreve en større utredning i seg selv. Imidlertid er Airbnb flinkere

på å utnytte verdipotensialet enn tradisjonell hotellovernatting, som også vil øke i takt med markedsandelen.

*Leverandørens reservasjonspris* er den minimale prisen leverandørene er villig til å godta for sitt produkt eller tjeneste. Variable kostnader er minimumskrav på kort sikt, men ikke bærekraftig på lang sikt. Hele 81 % av utleieenheterne som tilbys gjennom Airbnb er privatpersoner som bedriver utleievirksomhet av egen primærbolig (Airbnb, 2015). Kostnadene som må dekkes er variable kostnader som påløper av utleieaktiviteten, heriblant vedlikehold, strøm og vask. Det foreligger også alternativkostnader tilknyttet kapitalobjektet og egen tid. Alternativkostnaden for kapitalobjektet (her: utleiedel av bolig) er hvilken verdi den vil gi i beste alternative anvendelse. Dette kan være opplevd verdi av å benytte den selv eller andre typer for utleieaktivitet. Alternativkostnaden vedrørende egen tid er verdien av hvert enkelt individs beste anvendelse av gitt tid. Dersom fritid verdsettes høyt vil utleier kreve betydelig kompensasjon for bruk av egen tid til utleievirksomhet, hvilket øker reservasjonsprisen. I den sammenheng kan det argumenteres for at Airbnb-utleie har større variasjon i kompensasjonen knyttet til arbeidsinnsats enn hotellvirksomhet. Overnattingsaktørene berøres direkte av forskjellige arbeidsforhold, henholdsvis oppdragstaker for Airbnb og primært arbeidstaker for hotellvirksomhet. Sistnevnte er bundet av tariffen, hvilket gir en minimumslønn. Tilsvarende er ikke tilfelle for Airbnb-utleiere, som i prinsippet kan yte tjenester tilnærmet vederlagsfritt. En rapport fra Airbnb viser at 52 % av Airbnb-utleiere har lav til moderat inntekt, samt at 48 % av inntektene dekker vanlige husholdningsutgifter (Airbnb, 2015). Hvilket av arbeidsforholdene som genererer størst inntektsstrøm er imidlertid avhengig av markedet. I høykonjunkturer er det normalt at lønnsandelene av verdiskapingen reduseres, hvorav lønnsandelen økes i lavkonjunkturer (Iversen, Løge, Jakobsen & Sandvik, 2014, s. 34). Dette kommer som følge av at lønnskostnadene er stabile på kort sikt og justeres etter sentraliserte lønnsforhandlinger. Verdiskaping vil derimot i større grad følge konjunkturerne. Ved etterspørselsoverskudd kan oppdragstakere potensielt oppnå betydelig større fortjeneste enn arbeidstakere, da markedet gir høye priser og profitten tilordnes oppdragstakeren.

Hotellbransjen vil også kunne ha andre kostnadsdrivere enn Airbnb utover lønn, heriblant brannforskrifter, krav til renhold og regnskapsplikt. Slike kostnader unngår Airbnb i større grad, hvilket fører til lavere reservasjonspriser for vertene. Hva angår øvrige leverandører er det nærliggende å tro at det eksisterer mange konkurrenter, hvilket i sin tur medvirker til lave priser. Dette er imidlertid kostnadsdrivere for både Airbnb og hotellvirksomheter, men



---

forskjellen er at Airbnb-utleiere yter flere av disse aktivitetene selv. Et annet viktig element knyttet til reservasjonspriser er grad av usikkerhet. Dersom arbeidsinntekten oppfattes som usikker, enten i form av varighet eller usikkerhet vedrørende autonomi på arbeidsplassen, vil kompensasjonen for å påta seg slikt arbeid normalt øke. Lavere grad av usikkerhet i et arbeidstakerforhold kan innebære at inntektsgivende arbeid innen hotellvirksomhet foretrekkes fremfor å være oppdragstaker i delingsøkonomien, alt annet likt. Dette fører da til lavere reservasjonspriser for arbeidstakere.

Det er imidlertid ikke nødvendigvis slik at alternativene er enten å være oppdragstaker eller arbeidstaker. Mange benytter Airbnb som en sidebeskjeftigelse, i tillegg til et vanlig arbeidsforhold. Av den grunn er det vanskelig å dra en konkret slutning vedrørende kompensasjon i form av inntektsgivende arbeid for de to arbeidsklassene. Tilbakemeldingssystemet til Airbnb kunne redusere noe usikkerhet knyttet til arbeidsinnsats ved leieopphold. Forsikringsordninger og et helhetsinntrykk av gjesten vil gjøre verten mer trygg på utleie av egen bolig, som i sin tur reduserer vertens reservasjonspris. For hotellvirksomhet er lønsmottaker sikret gjennom HMS- og tariffavtaler som reduserer usikkerhet i arbeidsforholdet i stor grad. Det kan anføres at konkurransen er stor for leverandører innen overnattingsbransjen, hvilket fører til lave reservasjonspriser. Videre er det noe forskjell på driverne bak reservasjonsprisene for Airbnb og hotellvirksomhet. Førstnevnte har verter som primærleverandør, hvorav hotellvirksomhet har flere leverandører bestående av ulike ansettelsesformer. Hvilken av nevnte grupperinger som gir lavest reservasjonspris er vanskelig for oss å konkludere med.

Kombinasjonen av kundens- og leverandørens reservasjonspris vil i sum gi verdiskaping per produktenhet. På leverandørsiden er det vanskelig å fastslå hvilken av grupperingene som gir lavest reservasjonspris, men begge vil være preget av høy konkurranse. På kundesiden er det forskjellige drivere bak reservasjonspris, hvilket gir hver av de to overnattingsaktørene muligheter og utfordringer knyttet til å øke reservasjonsprisene. Vi har videre argumentert for at Airbnb er mer tilrettelagt for å øke kunde verdien, og dermed reservasjonsprisene for kunder enn hva som er tilfellet for hotellvirksomhet. På bakgrunn av ovennevnte kan vi konkludere med at Airbnb er i besittelse av et konkurransefortrinn hva angår verdiskaping per produktenhet.

## 10.5.2 Antall produktenheter

*Antall kunder* i form av gjester for Airbnb har hatt en svært positiv utvikling, som presentert i kapittel 2.2. Hotellovernatting har også hatt en positiv utvikling siste årene. I 2014 var det 20 435 000 gjestedøgn i det norske hotellmarkedet, mot 22 623 000 i 2016 (Horwath, 2016 ; SSB, 2016b). De makroøkonomiske utsiktene er positive for ytterligere vekst, gitt av befolkningsvekst og økt velstand. Dette i kombinasjon med priskonkurranse i transportmarkedet, eksempelvis flytransport, vil gi muligheter for flere mennesker å reise (McKinsey, 2016). Fremveksten av lavprisreiser gir muligheter ved at Norge som reisemål blir mer tilgjengelig, og utfordringer ved at utenlandske reisemål også blir mer tilgjengelig. Imidlertid er antall kunder gjenstand for forskjellig grad av internasjonal konkurranse. Feriemarkedet er internasjonalt konkurranseutsatt mens yrkesreiser er skjermet for internasjonal konkurranse. Utviklingen i ankomster til Norge er vanskelig å styre, og er et resultat av blant annet makroøkonomiske forhold og lokalt tilbud. For aktørene i overnattingsbransjen er det essensielt å tiltrekke seg aktuelle kunder, uavhengig av utviklingen i ankomster.

Større hoteller og utnyttelse av stordriftsfordeler har ført til en tendering mot mer standardiserte hotellrom, hvilket passer bra for kundesegmentet forretningsreisende (Iversen, et al., 2015, s. 9). Ukonvensjonelle tjenester som Airbnb representerer vil i større grad tiltrekke seg feriereisende, og potensielt tiltrekke seg gjester som ikke ville besøkt Norge i fravær av delingsplattformen. Landrapporten deres påviser at 24 % ikke ville ha besøkt, eller blitt så lenge i Norge uten selskapets tilstedeværelse (Airbnb, 2016a). Det kan dermed anføres at Airbnb er et positivt tilskudd for antall kommersielle gjesteankomster til Norge.

Andre del av likningen er antall produktenheter. For overnattingsbransjen innebærer dette antall overnattingsdøgn, og gjenbesøk. Tall fra SSB angir 22 623 000 overnattingsdøgn i 2016 for hotell og lignende overnattingsvirksomheter. Videre er antall gjester i samme perioden 14 124 000, hvilket innebærer at gjennomsnittsgjesten tilbringer 1,6 døgn på nevnte overnattingsvirksomheter (SSB, 2016a). Tilsvarende tall fra Airbnb varierer noe, men viser at gjennomsnittsgjester har flere gjestedøgn enn nevnte overnattingstjenester. Landrapporten til Airbnb for året 2015 viser gjennomsnittlig overnattingslengden på 3 netter (Airbnb, 2016a). En annen rapport tilsier at Airbnb-gjesten bli 2,1 ganger lengre enn øvrige besøkende (Airbnb, 2015). Tar vi utgangspunkt i snittlengden på gjesteovernatting fra SSB for 2016 vil dette gi 3,36 døgn, gitt oppjusteringsfaktoren. Det er således empiri som tilsier at en Airbnb-gjest i gjennomsnitt blir lenger enn hotellgjester. Statistikken fra SSB er imidlertid basert på besøkte

---

gjester for alle hotellvirksomheter i Norge, og totalt antall gjestedøgn. Dette kan innebære at samme person besøker flere hoteller, og dermed flere gjestedøgn. Samme intuisjon følger også for Airbnb-gjester. Vi kan dermed konstatere at Airbnb-gjester i gjennomsnitt tilbringer lenger tid på en lokasjon enn tradisjonelle hotellgjester. Funnet vil således ha positiv innvirkning på verdiskaping, da antall enheter per kunde er større.

### 10.5.3 Verdiskaping oppsummert

Vi har i dette kapittelet avdekket at Airbnb i større grad enn hotellvirksomheter utnytter verdiskapingspotensialet i overnattingsbransjen. Det er ikke grunnlag for å besvare hvorvidt kunders og leverandørers reservasjonspriser er størst hos Airbnb- eller hotellgjester, ettersom dette er avhengig av den enkeltes preferanser og forskjellige strukturelle drivere. Hva angår antall kunder kan det anføres at en stor del av Airbnb-gjestene ikke ville valgt Norge som reisemål i fravær av Airbnbs delingsplattform. Således medvirker Airbnb-aktivitet til positive ringvirkninger for norsk økonomi. Videre har både Airbnb og hotellovernatting opplevd en signifikant økning i antall gjestedøgn de siste årene, men økningen er størst for førstnevnte. Varigheten på et Airbnb-opphold er også lenger enn for hotellovernatting, hvilket gir Airbnb en ytterligere positiv effekt på total verdiskaping.

## 10.6 Konklusjon del 3

I analysen har vi forsøkt å belyse hvorvidt Airbnb er gjenstand for nettverkseffekter, og i hvilken grad dette kan påvirke strukturen i overnattingsbransjen. Det avdekkes at Airbnb innehar positive nettverkseffekter av et betydelig omfang. Slike effekter vil kunne endre markedsdynamikken i overnattingsbransjen på kort tid. Dette grunnet at positive nettverkseffekter har spiraleffekter som akselererer vekst, øker styrken på nettverkseffektene og vanskeliggjør andre overnattingsaktørers mulighet for oppnåelse av tilsvarende effekter. Verdikapringsanalysen avdekker moderat grad av intern rivalisering, hvor Airbnbs inntreden i overnattingsbransjen har redusert styrken på etableringsbarrierer. I verdiskapingsanalysen argumenteres det for at bransjen innehar et verdiskapingspotensial, og hvor Airbnb i større grad enn hotellvirksomheter evner å utnytte potensialet. Sett i sammenheng med delproblemstilling tre konkluderer vi med at Airbnbs selskapsstruktur er bedre tilrettelagt for å få utbytte av lønnsomhetspotensialet, hvilket i stor grad kan endre dynamikken i overnattingsbransjen.

## 11. Hovedkonklusjon

I denne utredningen har vi studert delingsøkonomiselskapet Airbnbs innvirkning på overnattingsbransjen, sett fra et skatteperspektiv. Gjennom beregninger av skatteproveny, minicaseanalyser og analyse av markedsstrukturen, har vi avdekket at Airbnbs aktivitet i overnattingsbransjen medvirker til skatte- og konkurransemessige utfordringer.

Vi avdekket gjennom skatteberegninger at Airbnbs tilstedeværelse i overnattingsmarkedet har økt bransjens skatteproveny. For å estimere skatteproveny generert fra personers Airbnb-aktivitet ble delingsøkonomiutvalgets forslag til endret beskatning av korttidsuteleie benyttet. Forslaget innebærer en lavere inntektsgrense for skatteplikt enn dagens skatteregler, hvilket øker skatteprovenyet knyttet til Airbnb-utleie. På grunnlag av påviste sammenhenger mellom Airbnb-aktivitet og redusert hotellomsetning fra tidligere kvantitative studier, har vi estimert tapt skatteproveny fra overnattingsbransjen. Vårt estimat avdekker at redusert skatteproveny fra hotellvirksomheter er større enn hva hotellnæringen selv hevder. Airbnbs tilstedeværelse i markedet fortrenger hotellomsetning som ellers ville vært gjenstand for selskapsskatt og lønnsbeskatning av arbeidsinntekter for hotellnæringen, hvilket hadde resultert i økt skatteproveny. Totaleffekten i overnattingsbransjens skatteproveny er samlet sett positiv og innebærer at innbetalt skatt fra Airbnb-utleie overskrider den estimerte delen av tapt hotellomsetning som ellers ville vært skatteinnberettet. Funnet avkrefter vår forventning, og innebærer at finansieringen av velferdsstaten Norge ikke er skadelidende av Airbnbs tilstedeværelse. Skatteprovenyet fra overnattingsbransjen påvirkes dermed i positiv grad.

Gjennom minicaseanalyser har vi avdekket at de foreslåtte endringene i BEPS-prosjektet ikke gir Airbnb skatteplikt for virksomhetsinntekter i Norge, hvilket er sammenfallende med dagens situasjon. Selskapets forretningsvirksomhet baserer seg på å forsyne overnattingsmarkedet med ledig kapasitet av kapitalobjekter gjennom en digital delingsplattform, som kan bestyres fra en vilkårlig geografisk lokasjon. Airbnb har heller ikke behov for lokal tilstedeværelse gjennom representanter for å koble sammen plattformens brukere, ettersom det ikke foreligger regulatoriske krav knyttet til vertsgodkjennelse. Basert på nevnte momenter vil det ikke være grunnlag for å tilskrive Airbnb fast driftssted i Norge. Resultatet av analysen var forventet, da OECD i BEPS-prosjektet har valgt å utelate tilknytningsvilkår som ville direkte berørt multinasjonale foretak med digital virksomhet. Funnet innebærer at aktørene i overnattingsbransjen er gjenstand for ulike skattevilkår, hvilket kan utvikle seg til uheldige konkurransesituasjoner i norsk næringsliv.

---

Gjennom analyse av markedsstrukturen har vi avdekket at Airbnb har signifikant innvirkning på overnattingsmarkedets dynamikk. Det konstateres at selskapets delingsplattform er gjenstand for betydelige nettverkseffekter, hvilket er en primærdriver for deres sterke vekst. Som følge av nettverkseffekter og manglende lokal skatteplikt kan Airbnb potensielt opparbeide seg store markedsandeler i løpet av kort tid. Hvorvidt Airbnb evner å oppnå slik markedsrett avhenger imidlertid av bransjens struktur. Vi har avdekket at rivaliseringen mellom tradisjonell overnattingsvirksomhet og Airbnb er av moderat omfang. Økende grad av rivalisering vil være positivt korrelert med lønnsomhetspotensialet i bransjen. Videre påviser vi i analysen at det foreligger et verdiskapingspotensial, som det kan hevdes at Airbnb per i dag har evnet å utnytte i større grad enn hotellnæringen. Dette kan primært tilskrives deres tilbakemeldingssystem som reduserer usikkerhet forbundet med leieoppholdet, hvilket i sin tur kan være en forklaringsfaktor på hvorfor gjennomsnittlige gjestedøgn er lengre for Airbnb-opphold.

Samlet sett viser våre funn at skatteprovenyet i overnattingsbransjen kan berøres i betydelig grad som følge av Airbnbs innvirkning på overnattingsmarkedets dynamikk. Skatteprovenyet for 2016 ble påvirket i positiv grad, hvilket var motstridende til vår hypotese. Det er imidlertid ulik selskapsskatteplikt internt i bransjen, hvilket i stor grad kan påvirke overnattingsmarkedets dynamikk og tilhørende skatteproveny i fremtiden. Det er primært to drivere som gir oss grunnlag til å kunne hevde slik grad av påvirkning, henholdsvis manglende lokal skatteplikt og betydelige nettverkseffekter. Førstnevnte kan anses å være en urimelig konkurransefordel, ettersom dette trolig innebærer ulik effektiv skattesats for aktørene i overnattingsbransjen. Sett i sammenheng med at bransjens struktur besitter et lønnsomhetspotensial, impliserer dette at det foreligger tilstrekkelige rammevilkår for at Airbnb kan opparbeide seg betydelig markedsrett. Vår oppfatning er at situasjonen knyttet til manglende lokal skatteplikt blir mer kritisk grunnet konkurransearenaens lønnsomhetspotensial. Respektive myndigheter bør således utarbeide tiltak for å utjevne skattefordelen til Airbnb omgående. Det urimelige konkurransefortrinnet, gitt av manglende lokal skatteplikt, kan utjevnes ved å endre tilknytningsvilkåret for skatteplikt. Vi anbefaler at norske myndigheter innfører det alternative tilknytningsvilkåret som er presentert i BEPS-prosjektet, hvilket innebærer at virksomheter vil kunne tilskrives fast driftssted ved *signifikant økonomisk tilstedeværelse* i landet.

## Appendiks

### Vedlegg 1: Oppjusteringsfaktor for Bergen

Periode	Antall eiendommer siste 12 måneder
Oktober 2015 - September 2016	13720
Februar 2016 - Januar 2017	16339
Vekst	19,09 %

### Vedlegg 2: Omsetning på landsbasis ved bruk av proxy

Variabel	Tallstørrelser
Omsetning privatpersoner fra utvalget	352 548 231
Omsetning næringsdrivende fra utvalget	30 989 350
Antall verter fra utvalget	7 862
Omsetning per vert fra utvalget	48 784
Antall verter på landsbasis	14 900
Omsetning landsbasis	726 887 824

De tre første variablene er tall hentet fra datasettet. Omsetning per vert benyttes som proxy-variabel for resten av landet. Antall verter på landsbasis er hentet fra delingsøkonomiutvalgets rapport benyttes som proxy-variabel for å definere aktivitet på landsbasis.

### Vedlegg 3: Aggregert prognose for hotellvirksomheters tapte omsetning for 2014-2016

Årstall	Tallstørrelser
2014	3600
2015	7900
2016	14900
Koeffisient for effekt på hotellomsetning	0,04
Tapt omsetning 2014-2016	5,52 %
Losjiiinntekter 2016	13 700 000 000
Fortrengt hotellomsetning	756 694 067

Regresjon er følgende:  $(1 - (\frac{7900}{3600})^{-0,04})$

Fortrengt hotellomsetning: 5,52 % \* 13 700 000 = 756 694 067

### Vedlegg 4: Beregning av fortrengt skatteproveny av hotellomsetning

Variabel	Tallstørrelse
Tapt hotellomsetning	756 694 067
Resultatgrad fra rapport	7,50 %
Driftsresultat	56 752 055
Skattesats	25 %
Tapt skatt gitt av Airbnbs aktivitet	14 188 014

### Vedlegg 5: Kostnadsøkning lønnskostnad

Kostnad og avgift	Prosent
Arbeidsgiveravgift	14,10 %
Feriepenger	12,10 %
Forsikringer og annet	10 %
Total kostnadsøkning	36,20 %

## Vedlegg 6: Prognose av totaleffekt i overnattingsbransjens skatteproveny

Vunnet skatteproveny	
10 % økning i Airbnb-omsetning	72 688 782
Kalkulert effektiv skattesats av Airbnb-omsetning	12,18 %
Kalkulert skatteproveny	8 852 914

Tapt skatteproveny	
Losjioomsetning 2016	13 700 000 000
Fortrengt hotellomsetning (0,4 %)	54 800 000
Effektiv skattesats av hotellomsetning	13,01 %
Kalkulert skatteproveny	7 128 109

Totaleffekt for overnattingsbransjens skatteproveny	
Differanse på vunnet og tapt skatteproveny	1 724 805

## Vedlegg 7: Gjestekvittering Airbnb

6/8/2017  
Airbnb

Airbnb Ireland UC  
The Watermark Building  
South Lane Road  
Kingsend, Dublin 4  
Ireland  
VAT Number: IE 9627284L

\* Airbnb tjenestegebyr inkluderer moms i tillegg når det er aktuelt. Last ned MVA-kvittering. (/vat\_invoices/93387565)  
Kanselleringsvilkår: Strengt. Visse gebyrer og skatter vil kunne være ikke-refunderbare. Se her for flere detaljer.  
(https://www.airbnb.no/home/cancellation\_policies#strict)

Et konverteringsgebyr på 3% ble brukt på denne bestillingen.

Airbnb Payments UK Ltd. ("Airbnb Payments") er en begrenset betalingsagent for verten din. Dette betyr at med din betaling av de totale gebyrene til Airbnb Payments vil dine betalingsforpliktelser til verten være oppfylt. Refusjonsforespørsler vil bli behandlet i henhold til: (i) Vertens kanselleringsvilkår (tilgjengelig i utleiannonnen); eller (ii) Airbnb Payments refusjonsregler for gjester, tilgjengelig på https://www.airbnb.no/terms. Spørsmål eller klager: kontakt Airbnb Payments på +44 203 318 1111.

Airbnb Payments UK Ltd.  
40 Compton St.  
London  
EC1V 0AP  
United Kingdom

Need help? Visit the Help Center, email us or call (800) 024 7626.

**Kvittering: 1 natt i Vienna, Østerrike**

Bestilt av: [redacted]      Uthekking: 25. mai 2017  
søndag, 14. mai 2017

Akseptert

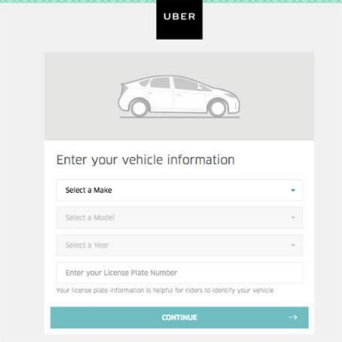
Innsjekking: 24. mai 2017

Helt hjem/leilighet

**Kostnader**

291 kr NOK x 1 natt	291 kr NOK
Rengjøringsgebyr	388 kr NOK
Airbnb-tjenestegebyr (inkluderer MVA (/vat_invoices/93387565))	115 kr NOK
<b>Total</b>	<b>794 kr NOK</b>

## Vedlegg 8: Registreringsprosess for å bli Uber-sjåfør



Enter your vehicle information

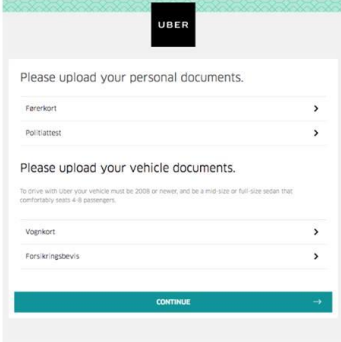
Select a Make

Select a Model

Select a Year

Enter your License Plate Number

CONTINUE



Please upload your personal documents.

Føderkort

Politiattest

Please upload your vehicle documents.

Vognkort

Forsikringsbevis

CONTINUE

**Kom innom Supportsenenteret**

Det er obligatorisk å komme innom Supportsenenteret for et kort møte og en introduksjon til Uber. Velkommen!

Congrats! You're all done.

Thanks for updating your partner profile! You're almost ready road! Please check your email to learn more about next steps!

**GET TEXT FOR THE UBER DRIVER APP**


GO TO YOUR DASHBOARD

Oslø sentrum

Universitetsgata 8  
0164 Oslo  
(Inngang fra Pilestredet)

Mandag til fredag  
kl. 10:00-18:00

SE KART



## Primærkilder: Direkte kommunikasjon

<b>Referanse</b>	<b>Stilling, Kommunikasjonsform og dato</b>
Alexander, Adam	Forretningsutvikler i Airdna. Kontaktet gjentatte ganger på e-post. Svar mottatt i perioden 24.02-04.03.2017.
Håndlykken, Petter	Prosjektleder i Skatteetaten. Kontaktet per e-post. Svar mottatt 09.03.2017.
Sivertsen, Vivian	Daglig leder i Horwath HTL AS. Kontaktet per e-post. Svar mottatt 30.03.2017 og 06.04.2017.



## Litteraturliste

- Abboud, L. (2017b, 16. mars). Uber`s \$69 billion dilemma. *Bloomberg*. Hentet 24. april 2017 fra <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2017-03-16/uber-needs-to-get-real-about-that-69-billion-price-tag>
- Airbnb. (2015). *Den økonomiske effekten av husdeling i byer rundt om i verden*. Hentet 15. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/economic-impact>
- Airbnb. (2016a). *Airbnb i Norge - Et overblikk*. Hentet 28. mars 2017 fra [https://www.airbnbaction.com/wp-content/uploads/2016/03/norway\\_minireport\\_D3\\_norwegian\\_20160302.pdf](https://www.airbnbaction.com/wp-content/uploads/2016/03/norway_minireport_D3_norwegian_20160302.pdf)
- Airbnb. (2016b, 27. oktober). Terms of Service. Hentet 2. mai 2017 fra <https://www.airbnb.com/terms>
- Airbnb. (2017). Se etter Superhost-merket. Hentet 6. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/superhost>
- Airbnb. (u.d-a). Airbnb - hjem. Hentet 6. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/s/homes>
- Airbnb. (u.d-b). Hva er Airbnb tjenestegebyr? Hentet 1. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/help/article/1857/what-are-airbnb-service-fees>
- Airbnb. (u.d-c). Hvordan bestiller jeg et sted på Airbnb? Hentet 7. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/help/article/380/how-do-i-book-a-place-on-airbnb>
- Airbnb. (u.d-d). Hvordan fungerer anmeldelser? Hentet 25. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/help/article/13/how-do-reviews-work>
- Airbnb. (u.d-e). Om oss. Hentet 25. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/about/about-us>
- Airbnb. (u.d-f). Tjen penger som en Airbnb-vert. Hentet 25. mai 2017 fra <https://www.airbnb.no/host/homes>
- Airdna. (2016) *Airbnb Market Report*. (Bergen, NO - January 2017). Hentet 5. februar 2017 fra <https://www.airdna.co/city/no/bergen>
- Airdna. (u.d). Trusted Airbnb Data. Hentet 1. april 2017 fra <https://www.airdna.co/research>
- Altinn. (2017a). Skattesystemet. Hentet 24. mars 2017 fra <https://www.altinn.no/no/Starte-og-drive-bedrift/Drive/Skatt-og-avgift/Foretakets-skatt/Skattesystemet/>
- Altinn. (2017b). Utleie mv. av fast eiendom (RF-1189). Hentet 21. mars 2017 fra <https://www.altinn.no/no/Skjema-og-tjenester/Etater/Skatteetaten/Arsoppgjor-for-utleie-mv-av-fast-eiendom-/>
- Armitage, J. (2016, 4. mars). How does Facebook avoid paying tax, and what will the changes mean?. *Independent*. Hentet 2. mai 2017 fra <http://www.independent.co.uk/news/business/news/how-does-facebook-avoid-paying-tax-and-what-will-the-changes-mean-a6912731.html>
- Arntzen, T. (2000). Internasjonal skatteplanlegging. *Magma*. Hentet 14. april 2017 fra <https://www.magma.no/internasjonal-skatteplanlegging>
- Barney, J. B. (2011). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (4.utg.). New Jersey: Prentice Hall
- Bjørdal, B. (2017, 31. mars). Se - nå betaler Google skatt. *Dagens Næringsliv*. Hentet 16. april 2017 fra <http://www.dn.no/etterBors/2017/03/31/2152/Teknologi/se-na-betaler-google-skatt>
- Brønnøysundsregistrene. (2017a). *Nøkkelopplysninger fra enhetsregisteret*. Hentet 11. april fra <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=953149117>
- Brønnøysundsregistrene. (2017b). *Nøkkelopplysninger fra enhetsregisteret*. Hentet 11. april 2017 fra <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=994871056>
- Choice, N. (2017). Våre hotell. Hentet 12. mai 2017 fra <https://www.nordicchoicehotels.no/om-nordic-choice-hotels/vare-hotellkjeder/vare->

- [hoteller/](#)
- Coase, R. (1960). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*. 3: 1-44
- Deloitte. (2014). *Hva er BEPS?* Hentet 17. april 2017 fra <http://public.deloitte.no/trondheim/2014/11/20/hva-er-beps/>
- Deloitte. (2015). *De endelige BEPS-tiltakene er klare.* Hentet 17. april 2017 fra <https://www2.deloitte.com/no/no/pages/tax/articles/beps-tiltakene-er-klare.html>
- Deloitte. (2016). *BEPS: Ny supertraktat.* Hentet 22. april 2017 fra <https://www2.deloitte.com/no/no/pages/tax/articles/beps-sak.html>
- Deloitte. (2017). *BEPS Actions implementation by country.* Hentet 20. april 2017 fra <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Tax/dttl-tax-beps-actions-implementation-norway.pdf>
- Deloitte. (u.d-a). *Digital Økonomi - BEPS Skattemessige utfordringer i digital økonomi.* Hentet 16. april 2017 fra <https://www2.deloitte.com/no/no/pages/tax/articles/digital-okonomi-beps.html>
- Deloitte. (u.d-b). *Omfattende endringer i internasjonal beskatning.* Hentet 18. april 2017 fra <https://www2.deloitte.com/no/no/pages/tax/articles/global-skatteendring-paa-gang.html>
- dfly. (2017). *Norges Taxiforbund: – Nok er nok. UBER skal ut!* Hentet 26. april 2017 fra <https://www.dfly.no/norges-taxiforbund-nok-er-nok-uber-skal-ut/>
- DnB. (u.d). Gjennomsnittskurser 2016. Hentet 1. april 2017 fra <https://www.dnb.no/bedrift/markets/valuta-renter/valutakurser-og-renter/historiske/hovedvalutaer/2016.html>
- Egencia. (2015, 13. oktober). *What is important when staying at a hotel?* Hentet 18. mai 2017 fra <https://www.egencia.com/public/us/2015/10/13/what-is-important-when-staying-at-a-hotel/>
- Fallan, L. (2013). *Innføring i skatterett 2013/2014: for økonomisk-administrative høgskolestudier.* (31. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk
- Finnevolden, E., & Wangness, E. (2016). *Privatpersoner i delingsøkonomien og etterlevelse av skatteplikt - En risikoevaluering av privatpersoners etterlevelse* (Masteroppgave). Bergen. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2432660>
- Fortune. (2017, 9. mars). *This Is Airbnb's Latest Valuation After Raising Another \$1 Billion.* Hentet 25. mai 2017 fra <http://fortune.com/2017/03/09/airbnb-venture-capital-funding-valuation/>
- Gabrielsen, T. S. (2005). Arbeidsnotat nr. 57/05 - Tosidige markeder, nettverkseffekter og offentlig politikk. Hentet 4. mai 2017 fra [https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/166368/A57\\_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/166368/A57_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Haugan, B. (2017, 27. mai). Uber-sjefen mener sjåførene er satt sjakk matt. VG. Hentet 27. mai 2017 fra <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/uber/uber-sjefen-mener-sjaafoerene-er-satt-skatt-matt/a/24004732/>
- Helm, B. (2015). Airbnb Is Inc.'s 2014 Company of the Year. *Inc.* Hentet 24. mai 2017 fra <https://www.inc.com/magazine/201412/burt-helm/airbnb-company-of-the-year-2014.html>
- Horwath. (2016). Norsk hotellnæring 2016. Hentet 3. mars 2017 fra <http://horwathhtl.no/2016/10/07/hotellnaering-2016/>
- Horwath. (u.d). Om oss. Hentet 11. april 2017 fra <http://horwathhtl.no/om-oss/hvem-er-vi/>
- Hotels.com. (2017). Hotellsøk. Hentet 7. mai 2017 fra [https://no.hotels.com/?intlId=OTHER+%3A%3A+header\\_main\\_section](https://no.hotels.com/?intlId=OTHER+%3A%3A+header_main_section)

- 
- Jakobsen, E. W., & Lien, L. B. (2001). *Ekspansjon: Strategi for forretningsutvikling* (1 utg.): Gyldendal akademisk.
- Johnsen, E. (2017). Internasjonal skatt endres med ny supertraktat. *Magma*. Hentet 15. april 2017 fra <https://www.magma.no/internasjonalt-skatt-endres-med-ny-supertraktat>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy* (8 utg.). Harlow: Financial Times Prentice Hall
- Jordet, A., & Lehne, T. (2016). *Utfordringer med delingsøkonomien - Er Airbnb en konkurrent til hotellnæringen?* (Masteroppgave). Bergen. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2403973>
- Iversen, E. K., Jakobsen, E. W., & Holme, R. B. (2015). *Produktivitet i Norsk Reiseliv: Menon Business Economics*. Hentet fra <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/fb8d472669eb46dabc943d37ac8f84c0/072015-40-menon-produktivitetsrapport.pdf>
- Iversen, E. K., Løge, T., Jakobsen, E. W., & Sandvik, K. (2015). *Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial*. Menon Business Economics. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/78e603ad6c8e432695d2bca64fe54d3f/verdiskapingsanalyse-av-reiselivsnaringen-sluttrapport-28--januar-2015.pdf>
- Konkurransetilsynet. (2011, 24. mai). *Konkurranseloven: Det relevante marked*. Hentet 11. mai 2017 fra [http://www.konkurransetilsynet.no/globalassets/filer/faktaark/relevant\\_marked.pdf](http://www.konkurransetilsynet.no/globalassets/filer/faktaark/relevant_marked.pdf)
- KPMG. (2015, 6. oktober). *OECD har presentert resultatet av BEPS-prosjektet*. Hentet 18. april 2017 fra <http://195.26.0.218/artikkel/oecd-har-presentert-resultatet-av-beps-prosjektet>
- KPMG. (2016, 21. september). *Italy - Response to BEPS*. Hentet 19. april 2017 fra <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2015/10/italy-response-to-beps.html>
- KPMG. (2017, 29. mai). *Utenlandsbeskatning - skatteavtaler*. Hentet 14. april 2017 fra <http://verdtavite.kpmg.no/utenlandsbeskatning-skatteavtaler.aspx>
- Lange, O. R. (2017, 17. mars). Næringsministeren: -Derfor bruker jeg ikke Airbnb og Uber. *Dagbladet*. Hentet 1. mai 2017 fra <http://www.dagbladet.no/tema/naeringsministeren--derfor-bruker-jeg-ikke-airbnb-og-uber/67407847>
- Lekve, M. (2013, 17. juni). Slik kan du tjene penger på boligen din. *E24*. Hentet 10. april 2017 fra <http://e24.no/privat/eiendom/tjen-penger-paa-boligen-din/20379910>
- Lien, L. B., Knudsen, E. S., & Baardsen, T. Ø. (2016). *Strategiboken*. Bergen: Fagbokforlaget
- Lovdata. Dobbeltbeskatningsavtaleloven. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1949-07-28-15>
- Lovdata. (2017a). Merverdiavgiftsloven. § 5-5 (1). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-06-19-58 - KAPITTEL 2>
- Lovdata. (2017b). Merverdiavgiftsloven. § 2-1 (1). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-06-19-58 - KAPITTEL 2>
- Lovdata. (2017c). Merverdiavgiftsloven. § 3-11 (1). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-06-19-58 - KAPITTEL 2>
- McKinsey. (2016). *Winter is coming: The future of European aviation and how to survive it*. Hentet 20. mai 2017 fra <http://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/winter-is-coming-the-future-of-european-aviation-and-how-to-survive-it>
- Microsoft Norge. (2012). *Kundehistorier - Referanser fra Microsoft Norge*. Hentet fra

- <https://referanser.microsoft.no/index.php/2012/12/choice-gikk-fra-25-systemer-til-ett/>
- Miller, S. (u.d). Definition of Hotel Star Ratings. *USA Today*. Hentet 6. mai 2017 fra <http://traveltips.usatoday.com/definition-hotel-star-ratings-14359.html>
- Moe, S. (2016, 16. oktober). - De slipper å forholde seg til de 35 lovene vi må forholde oss til. *E24*. Hentet 25. mai 2017 fra <http://e24.no/digital/airbnb/reiselivsaktører-om-airbnb-de-slipper-aa-forholde-seg-til-de-35-lovene-vi-maa-forholde-oss-til/23817219>
- Innovasjon Norge. (2017). *Nøkkeltall for norsk turisme 2016*. Hentet fra <http://www.innovasjon norge.no/contentassets/0d32e3231c0a4367a96838ee3bb5b294/nokkeltall-for-norsk-turisme-2016.pdf>
- NHO Reiseliv (2016). Notat til Delingsøkonomiutvalget. Hentet 12. mai 2017 fra <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/delingsokonomi/dokument/notat-delingsokonomiutvalget26.09.16/>
- NHO Reiseliv (u.d). Overnattingsbransjen. Hentet 12. mai 2017 fra <https://www.nhoreiseliv.no/bransjer-og-fakta/overnatting/>
- NOU 2017:4. (2017). *Delingsøkonomien – muligheter og utfordringer*. Oslo: Finansdepartementet
- O'Keefe, B., & Jones, M. (2015, 22. oktober). *How Uber plays the tax shell game*. Hentet 27. april 2017 fra <http://fortune.com/2015/10/22/uber-tax-shell/>
- OECD. (2001). *Retningslinjer for internprising for flernasjonale foretak og skattemyndigheter*. Hentet 16. april 2017 fra [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fin/rapporter/internprising\\_oecd.pdf?id=2216227](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fin/rapporter/internprising_oecd.pdf?id=2216227)
- OECD. (2003, 28. januar). *Articles of the Model Convention with respect to taxes on income and on capital*. Hentet 15. april 2017 fra <http://www.oecd.org/tax/treaties/1914467.pdf>
- OECD. (2014, 15. juli). *Model Tax Convention on Income and on Capital 2014*. Hentet 14. april 2017 fra [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full-version\\_9789264239081-en-.WRjU\\_ROGPOQ#page1](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full-version_9789264239081-en-.WRjU_ROGPOQ#page1)
- OECD. (2015a, 5. oktober). *Action 1: Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*. Hentet 16. april 2017 fra <http://www.oecd.org/tax/addressing-the-tax-challenges-of-the-digital-economy-action-1-2015-final-report-9789264241046-en.htm>
- OECD. (2015b). *Action 13: Guidance on the Implementation of Transfer Pricing Documentation and Country-by-Country Reporting*. Hentet 23. april 2017 fra <http://www.oecd.org/ctp/beps-action-13-guidance-implementation-tp-documentation-cbc-reporting.pdf>
- OECD. (2015c). *Executive Summaries*. Hentet 19. april 2017 fra <http://www.oecd.org/ctp/beps-reports-2015-executive-summaries.pdf>
- OECD. (2015d). *Frequently Asked Questions*. Hentet 18. april 2017 fra <http://www.oecd.org/ctp/beps-frequently-asked-questions.pdf>
- OECD. (2015e, 15. mai). *Revised discussion draft - BEPS Action 7: Preventing the artificial avoidance of PE-status*. Hentet 21. april 2017 fra <http://www.oecd.org/tax/treaties/revised-discussion-draft-beps-action-7-pe-status.pdf>
- Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shapes Strategy. *Harvard business review*.
- Proff. (2017). Uber Norway AS. Hentet 27. april 2017 fra <http://www.proff.no/selskap/uber-norway-as/oslo/it-drift-og-support/IF2Q5YO0ZDG/>
- PwC. (2015, 29. oktober). *Nyhetsbrev - BEPS*. Hentet 17. april 2017 fra

- 
- <https://www.pwc.no/no/nyheter/skatt/beps-anbefalingene-og-virkninger-i-norge.pdf>  
PwC. (2016). *Shared benefits: How the sharing economy is reshaping business across Europe*. Hentet 23. mai 2017 fra <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/future-of-the-sharing-economy-in-europe-2016.html>
- PwC. (2017, 12. januar). Agent- og kommisjonærstrukturer – på tide å endre salgsmodell? Hentet 19. april 2017 fra <http://blogg.pwc.no/skattebloggen/agent-og-kommisjonaerstrukturer-pa-tide-a-endre-salgsmodell>
- Regjeringen. (2016). Skattesatser 2016. Hentet 20. mars 2017 fra <http://www.statsbudsjettet.no/Statsbudsjettet-2016/Artikler/Skattesatser-2016/>
- Reuters. (2013, 13. september). AirBnB picks Ireland for European headquarters. Hentet 2. mai 2017 fra <http://www.reuters.com/article/us-ireland-airbnb-idUSBRE98C0E120130913>
- Rochet, J.c & Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4): 990-1029.
- Scandic. (2017). Hoteller i Norge. Hentet 12. mai 2017 fra <https://www.scandichotels.no/hotell/norge>
- Skatteetaten. (2013). *Digital handelslekkasje gir Skatteetaten nye utfordringer*. Hentet 22. mai 2017 fra [https://www.skatteetaten.no/upload/PDFer/Skatteetatens\\_analysenytt/Digital\\_handelslekkasje.pdf](https://www.skatteetaten.no/upload/PDFer/Skatteetatens_analysenytt/Digital_handelslekkasje.pdf)
- Skatteetaten. (2016a). Kontinuerlig kortidsutleie av to leiligheter. Hentet 21. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/no/Radgiver/Rettskilder/Uttalelser/bfu/kontinuerlig-kortidsutleie-av-to-leiligheter/>
- Skatteetaten. (2016b). LigningsABC 2016. Hentet fra <http://www.skatteetaten.no/globalassets/pdfer/ligningsabc/lignings-abc-2016.pdf>
- Skatteetaten. (2016c). Skjermingsrente for aksjar og enkeltpersonforetak. Hentet 23. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/nn/Tabellar-og-satsar/Skjermingsrente-for-aksjar-og-enkeltpersonforetak/-formulaDiv>
- Skatteetaten. (2017a). Alminneleg inntekt. Hentet 22. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/nn/Tabellar-og-satsar/Alminneleg-inntekt/>
- Skatteetaten. (2017b). *Delingsøkonomi – rapport fra Skattedirektoratet*. Hentet fra <http://www.skatteetaten.no/globalassets/skattedirektoratets-rapporter/delingsokonomirapport-fra-skatteetaten.pdf>
- Skatteetaten. (2017c). Skiljet mellom vedlikehold og påkostnad knytt til bustad- eller fritidseiendom. Hentet 21. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/nn/Person/Sjolvmelding/Tema-og-fradrag/bustad/skillet-mellom-vedlikehold-og-pakostning-knyttet-til-bolig--eller-fritidseiendom/>
- Skatteetaten. (2017d). Utleie av bustad og fritidsbustad. Hentet 21. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/nn/Person/Sjolvmelding/Tema-og-fradrag/jobb-og-utdanning/delingsokonomi/utleie-av-bolig-og-fritidsbolig/>
- Skatteetaten. (u.d-a). Det MVA-rettslige hjemsted. Hentet 26. mars 2017 fra [http://www.skatteetaten.no/upload/PDFer/SKD-melding\\_7\\_2011\\_-\\_mva-hjemsted.pdf](http://www.skatteetaten.no/upload/PDFer/SKD-melding_7_2011_-_mva-hjemsted.pdf)
- Skatteetaten. (u.d-b). Forskjellen på fritak og unntak fra merverdiavgift. Hentet 26. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/no/Bedrift-og-organisasjon/avgifter/merverdiavgift/slik-fungerer-mva/fritak-og-unntak-fra-merverdiavgift/>
- Skatteetaten. (u.d-c). Fradrag for kostnader ved utleie av fast eiendom. Hentet 21. mars 2017

- fra <http://www.skatteetaten.no/no/Person/Selvangivelse/tema-og-fradrag/Bolig/Utleie/Fradrag-for-kostnader-ved-utleie/>
- Skatteetaten. (u.d-d). Salg av fast eiendom. Hentet 23. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/no/Person/Selvangivelse/tema-og-fradrag/Bolig/Kjop-og-salg/Salg-mv-av-fast-eiendom/?chapter=3838>
- Skatteetaten. (u.d-e). Slik fungerer mva. Hentet 26. mars 2017 fra <http://www.skatteetaten.no/nn/Bedrift-og-organisasjon/avgifter1/merverdiavgift---mva/slik-fungerer-mva/?chapter=7150>
- Skatteetaten. (u.d-f). Vilkår for skatteplikt til Norge. Hentet 14. april 2017 fra <https://www.skatteetaten.no/no/taxnorway/Felles-innhold-benytted-i-flere-malgrupper/Artikler/Testside-Vilkar-for-skatteplikt-til-Norge/>
- SSB. (2014). Heltidsansatte i hotell og restaurant, etter næring. Hentet fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectout/ShowTable.asp?FileformatId=2&Queryfile=2017619142235614228491LonnHotellNaring&PLanguage=0&MainTable=LonnHotellNaring&potsize=8>
- SSB. (2015, 28. mars). Satellittregnskap for turisme, 2014-2015. Hentet fra <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/turismesat/aar/2017-03-28?fane=tabell&sort=nummer&tabell=300421>
- SSB. (2016a). Overnattingar. Tabell: 08344. Hentet 20. Mai 2017 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=overnatting&CMSSubjectArea=transport-og-reiseliv&checked=true>
- SSB. (2016b). Overnattingar. Tabell: 08402. Hentet 20. mai 2017 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=overnatting&CMSSubjectArea=transport-og-reiseliv&checked=true>
- SSB. (2017a, 13. februar). Overnattingar, desember 2016. Hentet fra <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/overnatting/maaned/2017-02-13>
- SSB. (2017b). Statistikk om boligpriser. Hentet 23. mars 2017 fra <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/artikler-og-publikasjoner/statistikk-om-boligpriser>
- Stone, B. (2017, 26. januar). The \$99 billion idea. *Bloomberg*. Hentet 24. april 2017 fra <https://www.bloomberg.com/features/2017-uber-airbnb-99-billion-idea/>
- Storehaug, B. (2017). Nådeløs digitalisering. Hvilke selskaper sprekker? Hentet fra <http://www.digitalhverdag.media/2017/01/29/nadelos-digitalisering-selskaper-sprekker/>
- Sund, I. B. & Yset, S. S. (2015, 19. november). Uber feirer ett år i Norge: – Godt over 10 000 kunder. *NRK*. Hentet 25. april 2017 fra [https://www.nrk.no/norge/uber-feirer-ett-ar-i-norge\\_-godt-over-10-000-kunder-1.12662044](https://www.nrk.no/norge/uber-feirer-ett-ar-i-norge_-godt-over-10-000-kunder-1.12662044)
- Sund, I., & Wilden, V. (2016, 30. november). Anmelder 105 Uber-sjåfører. *NRK*. Hentet 26. april 2017 fra <https://www.nrk.no/ostlandssendingen/anmelder-105-uber-sjaforer-1.13252007>
- Sættem, J. B. (2017, 5. februar). Airbnb-utleie gir kun smuler i skatt. *NRK*. Hentet 23. mars 2017 fra <https://www.nrk.no/norge/airbnb-utleie-gir-kun-smuler-i-skatt-1.13354380>
- Sættem, J. B. (2012, 10. august). Slik har norske boligpriser utviklet seg gjennom de siste 200 årene. *NRK*. Hentet 1. mai 2017 fra <https://www.nrk.no/norge/boligpriser-gjennom-200-ar-1.8273402>
- Sørensen, A. (2017). Inntektsbegreper og skattesatser. Hentet 22. mars 2017 fra <https://verdtavite.kpmg.no/inntektsbegreper-og-skattesatser.aspx>
- Sørgard, L., & Kind, H. J. (2011). *Samfunnsøkonomisk analyse - Regulering av mediemarkedene*. Hentet 3. mai 2017 fra

- 
- [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kud/styrer\\_raad\\_utvalg/medieavdelingen/samfunnsokonomisk\\_analyse-regulering\\_av\\_mediemarkedene.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kud/styrer_raad_utvalg/medieavdelingen/samfunnsokonomisk_analyse-regulering_av_mediemarkedene.pdf)
- Thornes, K., & Thuve, V. (2015). *Skatteutfordringer i delingsøkonomien - Når deling skaper inntekter som ikke beskattes - En casestudie av Uber og Airbnb* (Masteroppgave). Bergen. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/300474>
- TripAdvisor. (2017). About TripAdvisor. Hentet 6. mai 2017 fra <https://tripadvisor.mediaroom.com/us-about-us>
- Uber. (2015). Styrket økonomi - Muligheter for alle. Hentet 23. mai 2017 fra <https://www.uber.com/nb-NO/helping-cities/>
- Uber. (2016). Uber i Oslo. Hentet 25. april 2017 fra <https://www.uber.com/nb-NO/cities/oslo/>
- Uber. (2017a). Driver App. Hentet 25. april 2017 fra <https://www.uber.com/en-NO/drive/partner-app/>
- Uber. (2017b). Driver requirements: How to drive with Uber. Hentet 25. april 2017 fra <https://www.uber.com/en-NO/drive/requirements/>
- Uber. (2017c). Slik laster du ned passasjerappen. Hentet 25. april 2017 fra <https://help.uber.com/h/bd546eae-73e0-49e3-a2da-0dbfa2a1d526>
- Uber. (2017d). Uber i Norge - Transportdeling og samkjøring. Hentet 25. april 2017 fra <https://www.uber.com/info/uber-norge/> - hva
- Uber. (2017e). Veien videre - Muligheter for passasjerer, partnersjåfører og byer. Hentet 24. april 2017 fra <https://www.uber.com/en-NO/>
- Uber Newsroom. (2010). Uber's Founding. Hentet 24. april 2017 fra <https://newsroom.uber.com/ubers-founding/>
- Weyl, G. E. (2010). A Price Theory of Multi-Sided Platforms. *American Economic Review*, 100(4): 1642-1672.
- Winther, P. (2015, 12. september). - Airbnb er i ferd med å bli en viktig konkurrent for hotellbransjen. *Aftenposten*. Hentet 6. april 2017 fra <http://www.aftenposten.no/okonomi/--Airbnb-er-i-ferd-med-a-bli-en-viktig-konkurrent-for-hotellbransjen-60802b.html>
- Ytreberg, N. (2016). *Competitive effects of Airbnb on the Norwegian hotel market* (Masteroppgave). Bergen. Hentet fra <http://bora.uib.no/handle/1956/15490>
- Zervas, G., & Proserpio, D. (2016). *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. Hentet fra <http://people.bu.edu/zg/publications/airbnb.pdf>
- Zimmer, F. (1992). *Internasjonal inntektsskatterett: en innføring* (2. utg.). Oslo: Tano.
- Zimmer, F. (2014). Internasjonal selskapsbeskatning under debatt. *Idunn*. Hentet 16. april 2017 fra [https://www.idunn.no/skatt/2014/02/internasjonalt\\_selskapsbeskatning\\_under\\_debatt](https://www.idunn.no/skatt/2014/02/internasjonalt_selskapsbeskatning_under_debatt)