



UiT Norges arktiske universitet

Handelshøgskolen ved UiT Norges arktiske universitet
Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?

Øystein Bang-Olsen

Masteroppgave i MBA Strategisk ledelse og økonomi BED-3910 desember 2021

Forord

Med innlevering av masteroppgaven fullføres en erfaringsbasert MBA i strategisk ledelse og økonomi ved Universitetet i Tromsø. Som utdannet maskiningeniør har det vært ekstra spennende å få et innblikk i regnskapsanalyse, markedsføring og strategiutarbeidelse. Et ønske om å undersøke strategifaget dypere, gjerne med fokus innenfor bærekraft oppstod tidlig i studiet. På bakgrunn av dette undersøker oppgaven delingsøkonomiselskaper i Norge.

Jeg ønsker først og fremst å takke min veileder Ragnhild Silkoset, som har vært en utmerket sparringspartner, og har på en god måte guidet meg gjennom masteroppgavejungelen. Videre retter jeg en takk til min far og min kjæreste for korrekturlesing, samt utallige spørsmål og diskusjoner. Til slutt vil jeg berømme Universitet i Tromsø for fagkombinasjonen og måten de har tilrettelagt deltidsstudiet.

Utdanningen har oppfylt mine forventninger og ønsker for studiet, samt at det har hevet min forståelse innenfor flere fagfelt. Jeg er spent på å ta i bruk verktøyene og kunnskapen jeg har ervervet meg de siste årene.

Øystein Bang-Olsen

Bergen, desember 2021

Sammendrag

I lys av manglende forskning på et bredere utvalg av delingsøkonomiselskaper, og til dels lite forskning innenfor hvordan selskapene krever inn penger for sine tjenester, er oppgavens hensikt å belyse nettopp det. Oppgavens problemstilling er: *Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?* Problemstillingen er fragmentert i tre undersøkelsesspørsmål som til sammen besvarer problemstillingen. Utvalget i oppgaven er begrenset til selskaper som opererer i Norge, og med en plattform som knytter privatpersoner sammen.

Opgaven benytter to teoretiske rammeverk for å besvare problemstillingen, i tillegg til at delingsøkonomi defineres. Det første rammeverket kombinerer to forretningsmodeller. Osterwalder og Pigneur (2010) sitt element *inntektsstrøm* fra deres forretningsmodell, og inntektsstrømelementet til Curtis og Mont (2020) sin forretningsmodell for plattformer innenfor delingsøkonomi. Det andre rammeverket er en kategorisering av selskapene.

Det er benyttet en kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ innholdsanalyse for datainnsamlingen. Primærkilden for datainnsamling er tilgjengelig informasjon på internett. Utvalget består av 28 selskaper.

Resultatene viser at arbeidsintensive plattformer tilrettelegger hovedsakelig for at privatpersoner kan tilby sine tjenester som bil og transport, samt innenfor hushjelp og oppussing. Innenfor kapitalintensive plattformer var det dominerende at selskapene tilrettela for deling av en ressurs med stor verdi, som bolig, bil, båtplass og/eller lignende.

Selskapene i utvalget benytter tre inntektsstrømmer, kommisjon, transaksjonsgebyr og medlemskap, der kommisjon er dominerende. 82% av selskapene velger kommisjon som inntektsstrøm. For drift av plattformene kreves det i snitt en kommisjonsandel på 14,1%. Kommisjonsandelen kreves fra både tilbyder og forbruker, men med overvekt på tilbyder. De to andre inntektsstrømmene er i mindretall; 14% velger transaksjonsgebyr og 18% velger medlemskap. Fire selskaper velger en kombinasjon av flere inntektsstrømmer. I det teoretiske rammeverket er det presentert 13 ulike inntektsstrømmer. Ved funn av kun tre inntektsstrømmer er det en kontrast mot teorien. Samtidig er det mangelfulle nyanser og dybdebeskrivelser innenfor delingsøkonomiteori om inntektsstrømmer. Mulige årsaker og utfordringer ved at selskapene velger kommisjon er drøftet kort på slutten av oppgaven.

Nøkkelord: Delingsøkonomi, inntektsstrøm, kommisjon og forretningsmodell.

Innholdsliste

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | Innledning..... | 1 |
| 1.1 | Bakgrunn for oppgaven..... | 1 |
| 1.2 | Problemstilling..... | 2 |
| 1.3 | Oppgavens oppbygging..... | 2 |
| 1.4 | Begrensning av oppgaven..... | 3 |
| 2. | Teori..... | 4 |
| 2.1 | Undersøkelsesspørsmål 1: Delingsøkonomi..... | 4 |
| 2.2 | Undersøkelsesspørsmål 2: Rammeverk for inntektsstrøm..... | 7 |
| 2.3 | Undersøkelsesspørsmål 3: Rammeverk for kategorisering av selskaper..... | 13 |
| 2.3.1 | Kategorisering 1..... | 13 |
| 2.3.2 | Kategorisering 2..... | 14 |
| 2.3.3 | Kategorisering 3..... | 14 |
| 2.3.4 | Oppgavens kategoriseringsrammeverk..... | 14 |
| 2.3.5 | Andre kategoriseringer..... | 15 |
| 3. | Metode..... | 16 |
| 3.1 | Forskningsdesign/undersøkelsesdesign..... | 16 |
| 3.2 | Metode for datainnsamling..... | 16 |
| 3.2.1 | Innledende litteratursøk..... | 16 |
| 3.2.2 | Litteratursøk teorikapittelet..... | 17 |
| 3.2.3 | Internett som primærkilde for datainnsamling..... | 17 |
| 3.2.4 | Kvalitativ og kvantitativ innholdsanalyse..... | 17 |
| 3.3 | Datainnsamling..... | 17 |
| 3.3.1 | Undersøkelsesspørsmål 1: Hvordan finne utvalget..... | 18 |
| 3.3.2 | Undersøkelsesspørsmål 2: Hvordan kartlegge inntektsstrømmene..... | 19 |
| 3.3.3 | Undersøkelsesspørsmål 3: Hvordan kategorisere utvalget..... | 20 |
| 3.4 | Validitet og reliabilitet..... | 20 |
| 3.5 | Etiske og moralske aspekter..... | 21 |
| 4. | Resultat..... | 22 |
| 4.1 | Undersøkelsesspørsmål 1: Utvalget – delingsøkonomiselskaper i Norge 2021..... | 22 |
| 4.2 | Undersøkelsesspørsmål 2: Valg av inntektsstrøm med informasjon om utvalget..... | 23 |
| 4.3 | Undersøkelsesspørsmål 3: Kategorisering av utvalget..... | 25 |
| 5. | Analyse..... | 27 |
| 5.1 | Undersøkelsesspørsmål 1: Utvalget – hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge | |
| 5.1.1 | Utvalget sett mot populasjonen..... | 27 |

| | | |
|-------|---|----|
| 5.1.2 | Hvilke typer selskaper opererer i Norge? | 28 |
| 5.1.3 | Utvikling av selskaper | 30 |
| 5.1.4 | Besvarelse undersøkelsesspørsmål 1 | 32 |
| 5.2 | Undersøkelsesspørsmål 2: Valg av inntektsstrøm | 33 |
| 5.2.1 | Valg av inntektsstrømmer | 33 |
| 5.2.2 | Forskningsfunn vurdert mot teoretisk rammeverk | 35 |
| 5.2.3 | Besvarelse undersøkelsesspørsmål 2 | 37 |
| 5.3 | Undersøkelsesspørsmål 3: Variasjoner mellom selskapene | 37 |
| 5.3.1 | Kategoriseringsverktøyet..... | 37 |
| 5.3.2 | Variasjoner mellom selskapene | 38 |
| 5.3.3 | Bevarelse undersøkelsesspørsmål 3 | 40 |
| 5.4 | Hva betyr funnene? | 40 |
| 5.4.1 | Hvorfor velger delingsøkonomiselskapene kommisjon | 40 |
| 5.4.2 | Utfordringer med kommisjon | 42 |
| 5.5 | Bransjespesifikk og forslag til videre forskning..... | 43 |
| 6. | Konklusjon | 44 |
| 7. | Vedlegg | 45 |
| | Vedlegg 1 - Litteratursøk | 45 |
| | Vedlegg 2 – Søk i Atekst/retriver..... | 47 |
| | Vedlegg 3 – Initialutvalget med begrunnelse for ekskludering..... | 48 |
| | Vedlegg 4 – Inntektsstrøm og informasjon om utvalget i råformat | 54 |
| | Vedlegg 5 – Innholdsanalyse av selskapene | 57 |
| | Vedlegg 6 – E-postkorrespondanse til utvalget..... | 64 |
| 8. | Litteraturliste | 66 |

1. Innledning

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Delingsøkonomi har fått et større fokus de senere årene fra forskere, utøver, beslutningstakere og individuelle personer (Hossain, 2020). Delingsøkonomi stammer fra nye forretningsmodeller muliggjort av en hurtig utvikling innen digital teknologi (*NOU 2017:4*). Teknologien har gjort det enklere for elektroniske markedsplasser å eksistere (Ritter & Schanz, 2019). De elektroniske markedsplassene tilrettelegger på en effektiv og enkel måte for at privatpersoner eller bedrifter kan dele, kjøpe, eller leie varer og tjenester.

Det er anslått at delingsøkonomi kan vokse mer enn 25% årlig (Mont, Palgan, Bradley, & Zvolska, 2020). Vista Analyse anslår at delingsøkonomi har potensiale til en omsetning på rundt 42 milliarder kroner i 2025 i Norge, økt fra anslaget på 500 millioner kroner i 2015 (Pedersen, Haavardsholm, & Vennemo, 2016). Det er ikke bare anslagene på omsetning som er interessante, men selve prognosen om den årlige veksten i omsetning hvert år. Med andre ord er det tydeligvis et spennende potensiale i markedet, og av den grunn er delingsøkonomi interessant å studere.

Majoriteten av selskaper innenfor delingsøkonomi er ukjente for folk flest. De fleste har hørt om de store selskapene som Uber, Airbnb, Couchsurfing, eller Nabobil. Transport og overnatting er de to mest dominerende sektorene innenfor delingsøkonomi, og får av den grunn mest fokus (Eckhardt et al., 2019; Hossain, 2020; Klarin & Suseno, 2021). Likevel er de bare toppen av isfjellet, det finnes mange flere. Nettsiden JustPark.no presenterer en oversikt som viser 874 bedrifter fra flere forskjellige land som har kategorisert seg bedriftsmessig som delingsøkonomi. FAFO og SIFO har laget en rapport fra 2016 med en nettside til prosjektet der de har kartlagt 78 tjenester knyttet til delingsøkonomien i Norge frem til 11.11.2019 (FAFO, 2016).

Delingsøkonomi har vokst dette tiåret (Mont et al., 2020). Likevel har majoriteten av studier fokusert på de store og anerkjente selskapene (Eckhardt et al., 2019; Hossain, 2020; Klarin & Suseno, 2021; Mont et al., 2020). Klarin & Suseno (2021) har studert 2229 forskningsartikler og påstår at eksisterende litteratur fokuserer hovedsakelig på de ansattes rettigheter. Videre påstår de at utarbeidelse av forretningsmodeller med fokus på hvordan selskaper skal fange og skape verdier ikke er tilstrekkelig vektlagt (Klarin & Suseno, 2021). Dette påpekes også av (Reuschl, Tiberius, Filser, & Qiu, 2021; Ritter & Schanz, 2019), med videre presisering at studier på inntektsstrømmene til selskaper også mangler forskning (Ritter & Schanz, 2019).

Det fremstår som at noen temaer er mer populære enn andre innenfor delingsøkonomi. Av den grunn er det behov for en bredere forskning.

1.2 Problemstilling

Basert på funnene i innledning, fremstår det som et behov for ytterligere forskning på det finansielle området på et bredere flertall av selskaper innenfor delingsøkonomi. Oppgavens hensikt er å besvare følgende problemstilling:

Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?

For å besvare problemstillingen er det utformet tre undersøkelsesspørsmål. De tre undersøkelsesspørsmålene skaper grunnlaget for å besvare problemstillingen.

Undersøkelsesspørsmål

1. Hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge?
2. Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?
3. Hvilke variasjoner i inntektsstrømmene er det mellom selskapene innenfor delingsøkonomi?

For å besvare problemstillingen må først selskapene som opererer i Norge kartlegges. Deretter må hvert selskap analyseres for å identifisere hvilke inntektsstrømmer de velger. Til slutt analyseres variasjonene i valg av inntektsstrøm til selskapene i utvalget. Med grunnlag i undersøkelsesspørsmålene vil det være mulig å besvare problemstillingen. Resultat og funn fra oppgaven kan bidra i strategiarbeidet til selskaper innenfor delingsøkonomi, eller de som vurderer det.

1.3 Oppgavens oppbygging

Kapittel 1 har gitt en introduksjon til temaet, og skapt et bakteppe for hvorfor problemstilling er nødvendig å undersøke, samt hvorfor den er spennende og aktuell. Problemstillingen for oppgaven er beskrevet, og begrensning for gjennomføring av oppgaven presenteres i neste delkapittel. Kapitlene videre i oppgaven er strukturert med hensyn til å besvare undersøkelsesspørsmålene. Hvert kapittel er inndelt i tre delkapitler, ett for hvert undersøkelsesspørsmål. Kapittel 2 presenterer først teori og definisjon av delingsøkonomi. Deretter presenteres to teoretiske rammeverk som anvendes for å besvare undersøkelsesspørsmål to og tre. Kapittel 3 beskriver metoden for hvordan oppgaven er gjennomført. Oppgaven benytter kvantitativ og kvalitativ tilnærming gjennom innsamling av sekundærdata. Innsamling av data er hovedsakelig ved bruk av internett. Først kartlegges delingsøkonomiselskapene i Norge. Videre undersøkes hvert enkelt selskap i den hensikt å

identifisere deres inntektsstrøm og andre relevante parametere. Til slutt analyseres selskapene for å skape et teoretisk kategoriseringsrammeverk. Resultatene fra datainnsamlingen presenteres i kapittel 4. Kapittel 5 analyserer resultatene presentert i tre delkapittel, et for hvert undersøkelsesspørsmål etterfulgt av besvarelse for hvert spørsmål. I samme kapittel diskuteres hva funnene i oppgaven betyr, samtidig som forslag til videre forskning presenteres. Til slutt oppsummeres og besvares oppgavens problemstilling i kapittel 6.

1.4 Begrensning av oppgaven

Det eksisterer flere måter selskaper innenfor delingsøkonomi opererer på. Oppgaven vil kun undersøke selskaper med plattformer som knytter privatpersoner sammen, med hensikt å tjene penger for fortjeneste. Samtidig undersøkes kun selskaper som opererer i Norge.

Begrensningen av hvilke delingsøkonomiselskaper oppgaven studerer, vil være basert på NOU 2017:4 sin definisjon av delingsøkonomi presentert i delkapittel 2.1. Oppgaven har lagt vekt på at det er deling mellom privatpersoner som er i fokus, og at eierrettigheter ikke overføres. Det er inntektsstrømmene som bedriftene velger å kreve for sine tjenester som er i fokus for oppgaven. Risikokapital undersøkes ikke i oppgaven, men det er viktig å anerkjenne at det er en stor finansiell bidragsyter for selskaper innenfor delingsøkonomi, spesielt i oppstartsfasen (Apte & Davis, 2019).

Oppgaven presenter et øyeblikksbilde.

2. Teori

Kapittelet presenterer teori og teoretiske rammeverk som er nødvendige for å besvare undersøkelsesspørsmålene. Først utredes og defineres delingsøkonomi. Utredningen beskriver i korte trekk hva som kjennetegner delingsøkonomi med påfølgende definisjon av begrepet. Deretter presenteres oppgavens to teoretiske rammeverk. Det første rammeverket er inntektsstrøm som er en kombinasjon av forretningsmodellen til Osterwalder og Pigneur (2010) og Curtis og Mont (2020). Det andre rammeverket er en kategoriseringsmodell av selskapene. Kategoriseringen muliggjør analyse av likhetstrekk mellom selskapene og deres inntektsstrømmer.

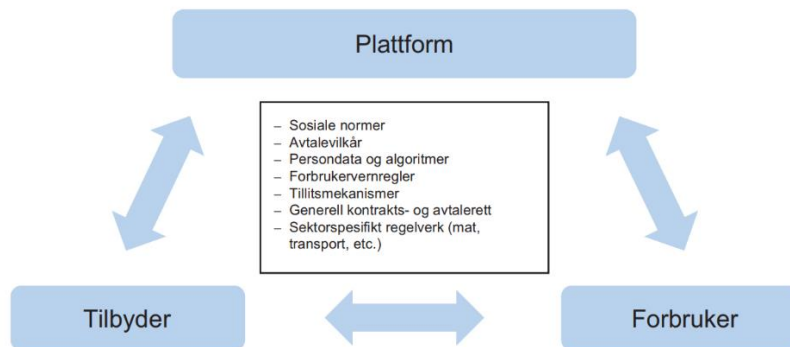
2.1 Undersøkelsesspørsmål 1: Delingsøkonomi

Undersøkelsesspørsmål 1 er; *Hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge?* For å besvare dette må begrepet delingsøkonomi forstås og utredes. Innledningsvis presenteres typiske kjennetegn knyttet til konseptet delingsøkonomi. Presentasjonen av konseptet skaper grunnlaget for hvordan oppgaven bruker og anvender begrepet. Forståelsen av konseptet bidrar til både å finne undersøkelsesutvalget for oppgaven, samt muliggjør for analyse av inntektsstrømmene til selskapene i et delingsøkonomiperspektiv. Med bakgrunn i kjennetegn ved delingsøkonomi presenteres ulike definisjoner for begrepet.

Delingsøkonomi fremstår å være et aktuelt tema, noe som gjenspeiles av en betydelig økning i fokus på fenomenet hos bedrifter og politikere (Henry et al., 2021). Med 23 200 treff sortert fra 2021 av «Sharing Economy» på Google Scholar, virker fenomenet å være omfattende. For mange er begrepet delingsøkonomi knyttet til formidling eller deling i et forretningsmessig formål, som hovedsakelig operer digitalt (*NOU 2017:4*). Likevel finnes det ikke en tydelig modell for hva delingsøkonomi er. I følge Hossain (2020) skyldes det mange nyanser, variasjoner og forskjellig tolkning av delingsøkonomi (Hossain, 2020). Samtidig har delingsøkonomi noen kjennetegn som oppgaven presenterer i korte trekk.

Delingsøkonomi omfatter alle aktiviteter som knyttes til deling eller å gi adgang til varer og tjenester (Reuschl et al., 2021). I takt med utviklingen til digital teknologi og hovedsakelig internettet har delingsøkonomi blitt skapt (Mont et al., 2020). De fleste selskapene innenfor delingsøkonomi er plattformbasert (Sanasi, Ghezzi, Cavallo, & Rangone, 2020). Ved bruk av plattformer unngås regulatoriske aspekter som bidrar til enklere ekspansjon på flere ulike geografiske steder (Hossain, 2020).

NOU 2017:4 har laget en modell som illustrerer mekanismene som påvirker forholdene mellom de tre aktørene i delingsøkonomi, vist i figur 1 (NOU 2017:4). I delingsøkonomi er et sentralt kjennetegn at det er en tredjepart, ofte operert gjennom en plattform, som knytter tilbyder og etterspørsel sammen. Som regel er en slik plattform digital, og ofte som en mobilapplikasjon (NOU 2017:4).



Figur 1 Mekanismer mellom aktørene i delingsøkonomien (NOU 2017:4).

Illustrert i figur 1 så er plattformen ansett som næringsdrivende. Tilbydere og forbrukere av denne modellen kan både være næringsdrivende og ikke næringsdrivende (NOU 2017:4).

En digital plattform innenfor delingsøkonomi forenkler prosessen ved å knytte forbruker og tilbyder sammen, dermed oppnås ofte en lavere transaksjonskostnad (NOU 2017:4).

Transaksjonskostnad menes i henhold til NOU 2017:4 alle kostnader som henger sammen med når en transaksjon blir gjennomført. Eksempler på hvordan en oppnår lavere transaksjonskostnader er at kjøper må undersøke informasjon om kvalitet og pris, og på selgersiden er det gjerne kostnader knyttet til markedsføring av produktet eller tjenesten sin. I tillegg er det kostnader knyttet til betalingsløsning, garantivilkår, kontraktsforhold eller reisevei (NOU 2017:4).

Elektroniske markedsplasser som opererer gjennom plattform kan deles inn i fire kategorier, da både tilbydere og forbrukere kan være næringsdrivende og ikke-næringsdrivende; peer to peer (P2P); peer to business (P2B); business to peer (B2P); business to business (B2B).

Førstnevnte er forskningsområdet for oppgaven. Peer refererer til privatpersoner. En plattform sin forretningsmodell i P2P ønsker å tilrettelegge for at tilbydere og forbrukere kan møtes. For tilbyder handler det om at plattformen fasiliterer for personer som vil dele tjenester og varer for å skape økonomiske muligheter, samtidig antas det at tjenestene som plattformene tilbyr til forbrukerne er gunstige på blant annet pristilbud, tilgjengelighet, sosiale opplevelser, utvalg

og bærekraftighet (Pettersen, Kjørstad, & Rosenberg, 2016). Figur 1 illustrer forholdet mellom aktørene og hvordan P2P er strukturert. På alle plattformene kan en være både forbruker og tilbyder, noe som kategoriseres som prosumer (Eckhardt et al., 2019).

Hvordan delingsøkonomi praktiseres kan variere enormt, og fenomenet er stadig i endring, noe som gjør definisjon av det vanskelig (Herbert & Collin-Lachaud, 2017). Pettersen (2017) peker på at dette skaper et problem ettersom måten en definerer begrepet vil påvirke hvordan delingsplattformer er kategorisert og vurdert (Pettersen, 2017). Sanasi et.al (2020) gjengir flere forfattere sine definisjoner og syn på delingsøkonomi. Ved å gjengi definisjonene illustrerer artikkelen hvor omfattende «paraplyfenoment» delingsøkonomi er (Sanasi et al., 2020). En felles definisjon for delingsøkonomi eksisterer ikke (Pettersen, 2017; Sanasi et al., 2020). Oppgaven har valgt å ta utgangspunkt i NOU 2017:4 sin definisjon. Siden oppgaven skal studere selskaper som operer i Norge virker det fornuftig å ta utgangspunkt i et utvalg som har studert hvordan delingsøkonomi påvirker norsk økonomi. I tillegg er definisjonen dekkende for oppgaven, og vil bidra til å besvare problemstillingen. Andre definisjoner presenteres for å vise likheter og ulikheter.

NOU 2017:4 sin definisjon er:

«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 kapital, uten å overføre eierrettigheter og i hovedsak mellom privatpersoner» (NOU 2017:4 p. 9).

Pettersen skriver at mange er inspirert av Botsman (2015) and Botsman and Rogers (2010) sin definisjon (Pettersen, 2017).

“Sharing economy’ as the peer-to-peer-based activity of obtaining, giving, or sharing access to goods and services, coordinated through community-based online services” (Pettersen, 2017, p. 2).

Hossain (2020) skriver at forskere trolig aldri vil godta en spesifikk definisjon, men han peker på en balansert definisjon som er sitert av Munoz og Cohen (2016, p. 21).

“A socio-economic system enabling an intermediated set of exchanges of goods and services between individuals and organizations which aim to increase efficiency and optimization of sub-utilized resources in society” (Hossain, 2020, p. 3).

Eckhardt et.al (2019) har gitt følgende definisjon som skal prøve å inkludere alle nyansene av domene delingsøkonomi (Eckhardt et al., 2019).

“A scalable socioeconomic system that employs technologyenabled platforms to provide users with temporary access to tangible and intangible resources that may be crowdsourced” (Eckhardt et al., 2019, p. 3).

På lik linje med at det finnes mange definisjoner for delingsøkonomi, finnes det også mange synonymer til begrepet. Eksempelvis; «Peer economy», «gig economy», «collaborative consumption» og «Collaborative economy» (Pettersen, 2017). Selv om definisjonene er forskjellig, eller det er brukt synonymer til delingsøkonomi, er det fremdeles noen fellestrekk. Eksempelvis, en økonomisk transaksjon som foregår på en digital plattform, der plattformen tilrettelegger for salg av tjenester og produkter mellom to eller flere grupper. Som nevnt tar oppgaven utgangspunkt i NOU 2017:4 sin definisjon av delingsøkonomi fordi den anses som relevant og dekkende for problemstillingen.

2.2 Undersøkelsesspørsmål 2: Rammeverk for inntektsstrøm

Undersøkelsesspørsmål 2 er; *Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?* For å besvare dette er det nødvendig med et teoretisk rammeverk for inntektsstrøm som presenteres i delkapittelet. Rammeverket for inntektsstrøm er en kombinasjon av inntektsstrømelementet i Osterwalder og Pigneur (2010) sin forretningsmodell, og inntektsstrømelementet i Curtis og Mont (2020) sin forretningsmodell for plattformer innenfor delingsøkonomi. En kombinasjon av to forretningsmodeller er valgt fordi litteratursøket ikke fant et rammeverk som tilfredsstilte oppgavens problemstilling. Derimot tilfredsstillte en kombinasjon av inntektsstrømmene oppgavens behov.

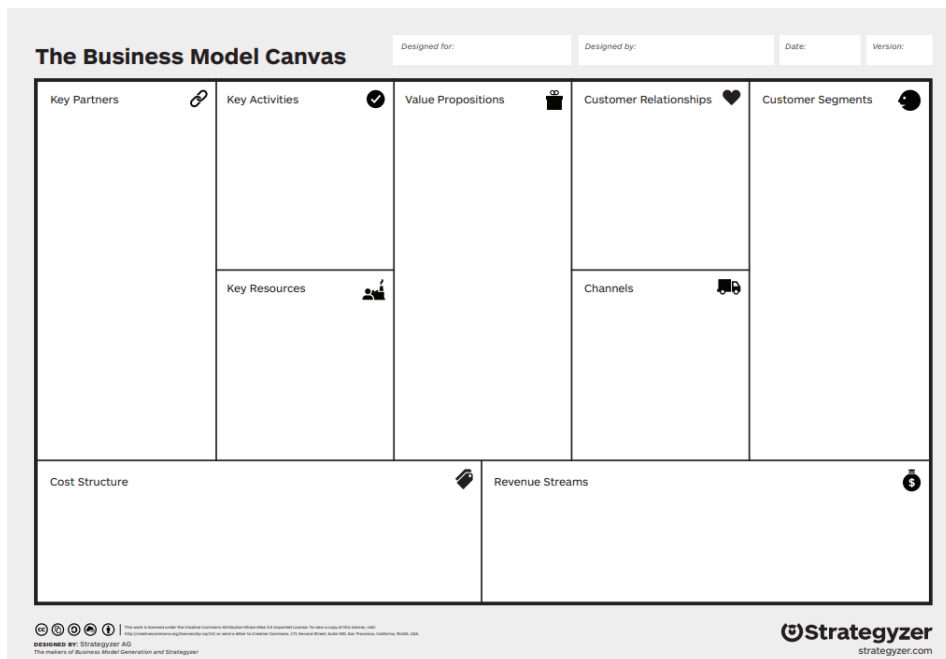
Osterwalder og Pigneur (2010) sin forretningsmodell er en av de mest brukte og siterte (Andreassen et al., 2018; Nußholz, 2017; Ritter & Schanz, 2019), og den er godt etablert hos både forskere og ledere (Reuschl et al., 2021). Samtidig er den for generell for oppgaven, og derfor er en spesifikk forretningsmodell for delingsøkonomi inkludert. Curtis og Mont (2020) presenterer en forretningsmodell som er et verktøy for delingsøkonomiselskaper og har fokus på bærekraft og innovasjon. Delkapitlet drøfter først hva som kjennetegner en forretningsmodell, samt presenter oppgavens valgte definisjonsutgangspunkt til en forretningsmodell. Deretter presenteres Osterwalder og Pigneur (2010) og Curtis og Mont (2020) sine inntektsstrømelementer i en forretningsmodell, samt kombinasjonen av disse som

utgjør oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm. Til slutt drøftes valget av teoretisk rammeverk basert på litteratursøket til oppgaven.

Det eksisterer ikke en definisjon som er unisont akseptert på hva en forretningsmodell er (Bocken, Short, Rana, & Evans, 2014; Geissdoerfer, Morioka, de Carvalho, & Evans, 2018; Guyader & Piscicelli, 2019; Hossain, 2020; Reuschl et al., 2021; Ritter & Schanz, 2019; Zott, Amit, & Massa, 2011). Forretningsmodeller, både tradisjonelle og innenfor delingsøkonomi, beskrives ofte ved hjelp av tre analytiske hovedkategorier; verdiforslag (Value Proposition), verdiskapning og levering (Value Creation and Delivery) og verdifangst (Value Capture) (Nußholz, 2017; Ritter & Schanz, 2019). Basert på forfatterens faglige perspektiver og utgangspunkt, endres synet på hva en forretningsmodell er (Curtis & Mont, 2020; Zott et al., 2011). Likevel er det en felles forståelse at en forretningsmodell angir hvordan bedriften skal oppnå verdi og skape profitt (Bocken et al., 2014; Guyader & Piscicelli, 2019; Pettersen, 2017; Teece, 2010). Det finnes flere som har egne definisjoner på hva en forretningsmodell er, eksempelvis (Amit & Zott, 2012; Geissdoerfer et al., 2018; Johnson, Christensen, & Kagermann, 2008; Teece, 2010). Samtidig er deler av oppgavens teoretiske rammeverk Osterwalder og Pigneur (2010) sin forretningsmodell. Derfor er det naturlig å ta utgangspunkt i deres definisjon av hva en forretningsmodell er:

“A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value” (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 14)

Osterwalder og Pigneur (2010) sier at en forretningsmodell beskriver hvordan en skal produsere, levere og fange verdier. Forretningsmodellen deres er basert på ni byggeblokker, eller ni elementer som skaper et rammeverk, vist i figur 2; kundesegmentet, verdiforslag, kanaler, kunderelasjoner, inntektsstrømmer, nøkkelressurser, nøkkelaktiviteter, nøkkelpartnere og kostnadsstruktur (Osterwalder & Pigneur, 2010). Rammeverket skal være et verktøy som bedriften aktivt kan bruke i strategiarbeidet sitt eller i utvikling av forretningsmodellen sin. Modellen skal forestille et lerret, og en skal kunne notere ideer under hvert element, som til sammen skaper forretningsmodellen til bedriften (Osterwalder & Pigneur, 2010). Siden det kun er elementet *inntektsstrøm* i forretningsmodellen med ni elementer som direkte bidrar til å besvare problemstillingen, utredes bare det elementet.



Figur 2 Forretningsmodell - Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Inntektsstrøm Osterwalder og Pigneur (2010)

I følge Osterwalder og Pigneur (2010) gjenspeiler inntektsstrømmene genereringen av pengene selskapene får fra hvert kundesegment. De forklarer at hensikten med elementet er å besvare spørsmål som; For hvilken verdi er hvert kundesegment virkelig villig til å betale for? Hva betaler kundene akkurat nå? Hvordan betaler de? Hvordan ville kundene foretrukket å betale? Hvor mye bidra hver inntektsstrøm til den totale inntekten? Det blir hevdet at hvis et firma suksessfullt besvarer spørsmålene så kan de oppnå en eller flere inntekstrømmer fra hvert kundesegment (Osterwalder & Pigneur, 2010). Essensen er altså at en skal finne inntektsstrømkildene, og gjør de mest mulig gunstig for bedriften.

Det finnes to forskjellige inntekstrømmer.

1. Transaksjonsinntekt fra engangsbetalende kunde.
2. Inntekter som stammer fra enten kundesupport etter kjøp eller fra levering av verdiforslag for et produkt eller tjeneste til kunden. En slik inntektsstrøm er gjentakende og kommer som løpende innbetaling (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Osterwalder og Pigneur (2010) beskriver flere ulike inntektsstrømkilder som i figur 3 er oversatt:

| Inntektsstrøm | Beskrivelse |
|--------------------------|--|
| <i>Salg av aktiva</i> | Salg av og overføring av eierrettighet for et fysisk produkt, eksempelvis en bok |
| <i>Brukeravgift</i> | Inntektsstrømmen genereres basert på omfanget av bruken til et produkt eller en tjeneste, eksempelvis en mobiloperatør tar betalt for hvert minutt en kunde prater i telefonen |
| <i>Abonnementsavgift</i> | Inntektsstrømmen genereres ved å selge tilgang til en tjeneste, eksempelvis et treningsstudio tar betalt månedlig eller årlig for at kundene skal få tilgang til fasilitetene |
| <i>Leasing</i> | Inntektsstrømmen er basert på å gi midlertidig eksklusive rettigheter for å benytte en ressurs for en bestemt periode mot en avgift. Eksempelvis et leiebilfirma som låner bilen til en kunde for en gitt periode |
| <i>Lisensiering</i> | Inntektsstrømmen er basert på å gi kunder tillatelse til å bruke et beskyttet immaterielle rettigheter mot en lisensavgift. Lisensiering gjør det mulig for rettighetsholderne å generere inntekter uten å måtte produsere eller markedsføre en tjeneste. Eksempelvis i medieindustrien hvor rettighetseierne har copyright og selger brukerlisenser til tredjeparter. Tilsvarende er det innenfor teknologisektor hvor en som holder patent kan gi tillatelse til andre å bruke patentteknologien mot en lisensavgift |
| <i>Meglerhonorar</i> | Inntektsstrømmen er basert på formidlingstjeneste på vegne av to eller flere parter. Eksempelvis kredittkortselskap som tar en prosentvisbetaling for hver salgstransaksjon, eller en boligmegler som får en kommisjon ved et salg for å ha tilrettelagt for salget mellom kjøper og selger |
| <i>Reklame</i> | Inntektsstrømmen er basert på avgifter for å reklamere for et produkt, tjeneste eller et merke. Medieindustrien har tradisjonelt vært veldig avhengig av inntekter gjennom reklame, men i de senere år har også andre industrier blitt mer avhengig av reklameinntekt som IT-industrien |

Figur 3 Ulike inntektsstrømkilder (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Inntektsstrøm Curtis og Mont (2020)

Curtis og Mont (2020) foreslår et rammeverktøy for forretningsmodell innenfor delingsøkonomi for bærekraft. De studerte 68 artikler, og brukte en morfologisk analyse for å finne egenskaper som utgjør forretningsmodellen for bærekraft. Videre påstår de at forretningsmodellen er en gjengivelse/representasjon av valg og attributter et selskap gjør som viser måten de gjør forretninger på. Deres forretningsmodell presenteres ved hjelp av tre hovedkategorier; «Value Delivery», «Value Capture» og «Value Facilitation», der sistnevnte er tilsvarende som «Value Creation» (Curtis & Mont, 2020). Curtis og Mont (2020) tar utgangspunkt i arbeidet til Ritter og Schanz (2019) om inntektsstrømmer innenfor delingsøkonomi (Curtis & Mont, 2020). Ritter og Schanz (2019) definerer inntektsstrømmer til å enten være knyttet til en transaksjon eller ikke knyttet til en transaksjon.

Inntektsstrømmer knyttet til transaksjon er hvor overføringen av penger skjedde på grunn av transaksjonen, eksempelvis et engangstilfelle eller at kommisjon ble utløst på grunn av transaksjonen. Inntektsstrømmer som ikke er knyttet til transaksjon er hvor overføring av penger skjer uavhengig av en transaksjon. Reklame, abonnementsavgift, sponsor og donasjoner er eksempler på inntektsstrømmer som ikke er knyttet til en transaksjon (Ritter &

Schanz, 2019). Figur 4 viser Curtis og Mont (2020) sitt verktøy som selskaper kan benytte i utarbeidelse av forretningsmodell.

| Attributes | | Alternate Conditions | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------------------|--|------------------|-----------------|--------------------------|---------------|----------------|----------------------|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|-----------------|--|
| Value Facilitation | Key Activity | Platform mediation allowing access to under-utilised goods | | | | | | | | | | | |
| | Platform Type | Peer-to-Peer | | | Business-to-Business | | | Business-to-Peer | | | Crowd/Cooperative | | |
| | Practice | Shared Space | | Shared Mobility | | Shared Goods | | Shared Consumables | | Shared Resources | | | |
| | Intellectual Property | Open Source | | | | Communal | | | Proprietary | | | | |
| | Governance Model | Cooperative | | | | Collaborative | | | Corporate | | | | |
| | Price Discovery | Free | Pay What you Can | | Negotiation / Bargaining | | Auction | Set by Resource User | | Set by Resource Owner | | Set by Platform | |
| Value Delivery | Key Value Proposition | Reduction of transaction costs in sharing | | | | | | | | | | | |
| | Mediating Interface | Smartphone App | | | | Website | | | Third-Party App (e.g. Facebook Group) | | | | |
| | Venue for Interaction | Offline | | | | Hybrid | | | Online | | | | |
| | Review System | Resource Owner Reviews | | | Resource User Reviews | | | Platform Reviews | | | None | | |
| | Geographical Scale | Existing Community | | Local | | Regional | | National | | International | | | |
| Value Capture | Value Orientation | Societal / Public | | | Social | | | Environmental | | | Commercial | | |
| | Revenue Streams | None | Transaction Fee | Commission | Subscription Fee | Membership | Advertisements | Data Mining | Sponsorship | Donations | Public or Private Project Funding | | |
| | Pricing Mechanisms | None | | | Static Pricing | | | Dynamic Pricing | | Differential Pricing | | | |
| | Price Discrimination | None | | | Feature-based | | | Location-based | | Quantity-based | | | |
| | Revenue Source | None | | Volunteer | | Other | | Resource Owner | | Resource User | | 3rd-Party | |

Figur 4 Inntektsstrømmer for plattformer innenfor delingsøkonomi (Curtis & Mont, 2020).

Med bakgrunn i arbeidet til Ritter og Schanz (2019) presenterer Curtis og Mont (2020) følgende inntektsstrømmer (Revenue Streams) for plattformer innenfor delingsøkonomi. Oppgaven benytter følgende oversettelse for inntektsstrømmer: Transaksjonsgebyr, kommisjon, abonnementsavgift, medlemskap, reklame, "data mining", sponsor, donasjoner og offentlig eller privat prosjektdonasjon.

Inntektsstrøm Beskrivelse

| | |
|--|---|
| <i>Transaksjonsgebyr</i> | Et fast gebyr som påløper når transaksjonen finner sted. Eksempelvis 5kr per transaksjon |
| <i>Kommisjon</i> | Forhåndsdefinert prosent som plattformen fanger i en transaksjon, eksempelvis 20%. |
| <i>Abonnementsavgift</i> | Gir tilgang til en ressurs. Eksempelvis tilgang til et verktøy fire ganger i måneden, eller flere ganger med høyere abonnementsavgift. Gjentakende/tilbakevendende betalinger |
| <i>Medlemskap</i> | Gir tilgang til en plattform og dens funksjoner. Eksempelvis tilgang til ekstra plattform funksjoner som forum, trening eller omtaler. Gjentakende/tilbakevendende betalinger |
| <i>Reklame</i> | Inntekt fra reklame som presenteres på plattformen |
| <i>Data mining</i> | Salg av brukerdata samlet inn på plattformen |
| <i>Sponsor,</i> | Motta penger i form av sponsor |
| <i>Donasjoner</i> | Motta penger i form av donasjoner |
| <i>Offentlig eller privat prosjektdonasjon</i> | Motta penger i form av donasjoner |

Figur 5 Ulike inntektsstrømkilder (Curtis & Mont, 2020)

Inntektsstrøm – Kombinasjonsrammeverket

Oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm er en kombinerende av inntektsstrømmene fra forretningsmodellene til Osterwalder og Pigneur (2010) og Curtis og Mont (2020). Figur 6 presenterer oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm. For hver inntektsstrøm er det henvist til hvem som har beskrevet inntektsstrøm, eventuelt begge.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|
| Salg av aktiva <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010) | Brukeravgift <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010) | Abonnementsavgift <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010)Curtis og Mont (2020), | Lisensiering <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010) | Leasing <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010) | Medlemskap <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), | Transaksjonsgebyr <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), |
| Meglerhonor/kommisjon <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010)Curtis og Mont (2020), | Reklame <ul style="list-style-type: none">Osterwalder og Pigneur (2010)Curtis og Mont (2020), | Donasjoner <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), | Data mining <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), | Sponsor <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), | Offentlig eller privat prosjektdonasjoner <ul style="list-style-type: none">Curtis og Mont (2020), | |

Figur 6 Oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm (Curtis & Mont, 2020; Osterwalder & Pigneur, 2010).

Forskning på hvordan selskaper fanger verdi, og studier på inntektsstrøm til selskaper innenfor delingsøkonomi er mangelfull og begrenset (Curtis & Mont, 2020; Ritter & Schanz, 2019). I arbeidet med å finne et egnet rammeverk for å besvare problemstillingen er flere forskningsartikler identifisert i litteratursøket analysert. Noen av disse forskningsartiklene er gjengitt i vedlegg 1, og beskriver hvordan forskningsartiklene anvender forretningsmodeller, både innenfor delingsøkonomi og tradisjonell økonomi. Vedlegg 1 viser bakgrunn for hvorfor oppgaven har valgt en kombinasjon av en forretningsmodell fra tradisjonell økonomi Osterwalder og Pigneur (2010), og en forretningsmodell fra delingsøkonomi Curtis og Mont (2020). Forskjellene i forretningsmodell fremstår å være de spesifikke tiltakene, aktivitetene eller valgene tilknyttet elementene i forretningsmodellene påvirket av industrien (Sanasi et al., 2020). Diskusjonene om forretningsmodell handler ofte om hvilke byggesteiner/blokker/elementer som skal være rammeverket for en forretningsmodell, eksempelvis rammeverkene til Johnson et al., 2008, Osterwalder and Pigneur, 2010 og Zott and Amit, 2012 (van Waes, Farla, Frenken, de Jong, & Raven, 2018).

Osterwalder og Pigneur (2010) og Curtis og Mont (2020) i kombinasjon dekker et bredere spekter av mulige inntektsstrømmer. Rammeverket styrker forståelsen, og dermed analysen for hvordan selskaper innenfor delingsøkonomi tjener penger. Samtidig fremstår rammeverket som aktuell og egnet til å besvare problemstillingen. Derfor velger oppgaven å kombinere de to forretningsmodellene.

2.3 Undersøkelsesspørsmål 3: Rammeverk for kategorisering av selskaper

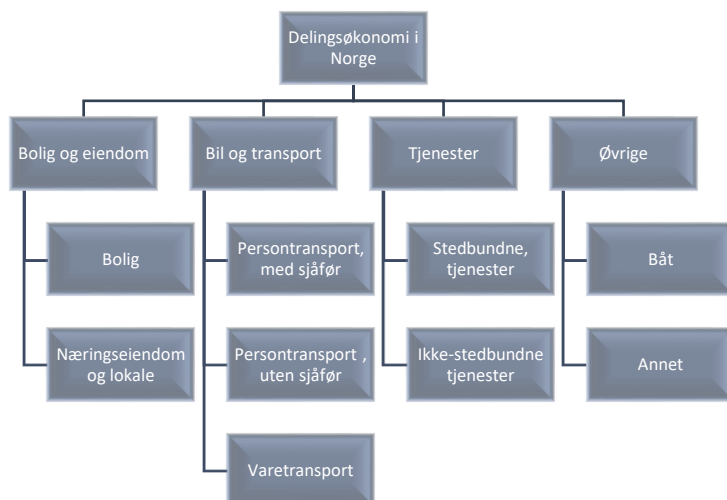
Undersøkelsesspørsmål 3 er; *Hvilke variasjoner i inntektsstrømmene er det mellom selskapene innenfor delingsøkonomi?* For å besvare dette må selskapene kategoriseres. Siden delingsøkonomi er i stadig utvikling er muligens tidligere kategoriseringer utdatert, og ikke i stand til å besvare problemstillingen. Derfor lager oppgaven en egen kategorisering som er tilpasset utvalget i oppgaven fordi det vil besvare problemstillingen på en optimal måte.

For å lage en egenprodusert kategorisering for oppgaven er det nødvendig med et utgangspunkt. Oppgaven har valgt å ta utgangspunkt i tre tidligere kategoriseringer.

Kategorisering (1) er en kartlegging av 50 delingsøkonomiinitiativene til Vista Analyse (2016) illustrert i figur 7 (Pedersen et al., 2016), som også er benyttet og referert til i NOU 2017:4. Kategorisering (2) er en Masteroppgave – kartlegging og kategorisering av delingstjenester i det norske markedet illustrert i figur 8, der kartleggingen er basert på 39 delingstjenester (Hågensli & Solibakke, 2016). Kategorisering (3) er en overordnet analytisk tilnærming til delingsøkonomi som både NOU 2017 og FAFO presenterer (Jesnes, Øistad, Alsos, & Nesheim, 2016; *NOU 2017:4*).

2.3.1 Kategorisering 1

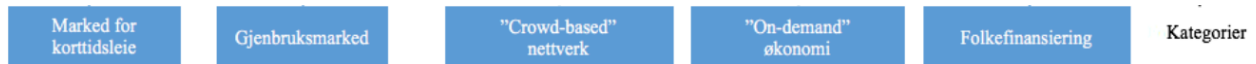
Kategorisering (1) er utarbeidet av Vista Analyse (2016). Det er en tjenestekategorisering de har laget med bakgrunn i analyse om hva selskapene som tilhører deres utvalg i studien tilrettelegger for (Pedersen et al., 2016).



Figur 7 Oversikt over delingsøkonomiinitiativene (Pedersen et al., 2016).

2.3.2 Kategorisering 2

Kategorisering (2) er utarbeidet i en masteroppgave av Hågensli og Solibakke (2016). Deres kategorisering er et resultat fra analyse av fellestrekk mellom selskapene i deres utvalg (Hågensli & Solibakke, 2016).



Figur 8 Rammeverk for kategorisering (Hågensli & Solibakke, 2016).

2.3.3 Kategorisering 3

Kategorisering (3) er en analytisk tilnærming til delingsøkonomiinitiativene (Jesnes et al., 2016). I delingsøkonomi kan en skille selskapene innenfor arbeidskraftintensive plattformer og kapitalintensive plattformer (Jesnes et al., 2016). Førstnevnte plattform formidler og setter aktører som stiller sin arbeidskraft tilgjengelig i kontakt med kunder (Jesnes et al., 2016). Eksempler på arbeidsintensive tjenester er vaskehjelp og bilkjøring (NOU 2017:4). Selv om de fleste delingsøkonomitjenestene krever en viss form for arbeidskraft, skiller en likevel med de som har betraktelig mindre krav til arbeidskraft, og omtales som kapitalintensiv plattform (NOU 2017:4). Slike plattformer tilrettelegger for å dele eiendeler og ressurser som er underutnyttet, eksempelvis leie av bolig, båt og verktøy (Jesnes et al., 2016). Et viktig aspekt til en slik kategorisering er at det ikke finnes et konkret skille. Det vil være gråsoner i definisjonene, men en slik analytisk tilnærming til delingsøkonomiinitiativene bidrar til å se forskjellen mellom de (Jesnes et al., 2016; NOU 2017:4).

2.3.4 Oppgavens kategoriseringsrammeverk

På grunn av manglende tilfredsstillende kategoriseringsrammeverk for å besvare problemstillingen, produserer oppgaven en egen kategorisering basert på funnene fra utvalget i kombinasjon med eksisterende kategoriseringer som presentert. Rammeverket presenteres i delkapittel 4.3.

Det er nødvendig med et utgangspunkt for å skape oppgavens kategoriseringsrammeverk. Av den grunn er studiene som er bakgrunnen for kategorisering (1), (2), og (3) inkludert. Studien tilhørende kategoriseringene studerte samtlige delingsøkonomiselskaper i Norge på den tiden, samtidig som kategoriseringene fremstår som intuitive. Intuitive kategoriseringer anses å være sentralt for å gjøre oppgaven relevant for næringslivet. Med andre ord er det mange fellestrekk mellom de tre studiene og denne oppgaven. Derfor kombinerer oppgaven de tre tidligere kategoriseringene sammen med analysen fra utvalget av selskapene til oppgaven. Samtidig påpekes noen ulikheter mellom studiene tilhørende de tre kategoriseringene og denne oppgaven.

Studiene bak kategoriseringene (1), (2) og (3) undersøker et bredere spekter og flertall innenfor delingsøkonomi enn denne oppgaven, blant annet ser de på både gjenbruksmarked og andre type delingsøkonomiplattformer som B2P. Likevel benytter de tilsvarende definisjon av delingsøkonomi som oppgaven. Kategorisering (1) benytter samme definisjon av delingsøkonomi som denne oppgaven (*NOU 2017:4*), mens (2) tar utgangspunkt i Botsman (2010) (Hågensli & Solibakke, 2016). Kategorisering (3) benytter derimot en definisjon som har mange fellestrekk med oppgavens valgte definisjon (Jesnes et al., 2016).

Delkapittelet har presentert tre tidligere kategoriseringer med bakgrunn i studier som har flere likhetstrekk, men også noen ulikheter mot denne oppgaven. Det er vurdert at en kombinasjon av de tre tidligere kategoriseringene (1), (2), og (3) sammen med analysen av utvalget vil gjøre oppgaven i stand til å besvare undersøkelsesspørsmål 3.

2.3.5 Andre kategoriseringer

Andre kategoriseringer har vært vurdert, men ikke funnet tilstrekkelig egnet for å besvare problemstillingen. Eksempelvis presenterer Sanasi et.al (2020) et originalt teoretisk rammeverk for kategorisering av delingsøkonomiinitiativer basert på en klyngeanalyse av 196 oppstartsselskaper. Med initiativer menes oppstartsselskaper, og forskningsartikkelen deres sentrerer rundt forretningsmodellinnovasjon innenfor delingsøkonomi. Klyngeanalysen resulterte i fem kategorier; (1) Pseudo-sharing; (2) Gig economy; (3) Crowd-based Economy; (4) Pooling Economy; (5) P2P Rental (Sanasi et al., 2020). Ritter og Schanz (2019) har vurdert 131 artikler og produsert et rammeverk som kategoriserer selskaper. Kategoriseringen er basert på verdiskapning og levering, verdifangst og verdiforslag som er brutt ned til fire markedssegmenter som presenteres i et grafsystem; Singular Transaction Model, Subscription-Based Models, Commission-Based Platform og Unlimited plattform. Selskapene er klassifisert etter om de er produktorientert, brukerorientert eller resultatorientert i et verdivurderingsperspektiv (Ritter & Schanz, 2019). Klarin & Suseno (2021) studerte 2239 artikler innenfor delingsøkonomi. Hensikten deres var å undersøke hva eksisterende litteratur fokuserer på innenfor delingsøkonomi. Funnene fra klyngeanalysen viser fire fokusområder (Klarin & Suseno, 2021). De fire fokusområdene er generelle og tar ikke for seg bransjespesifikk kategorisering. Pettersen et.al (2016) i deres SIFO-rapport 17: 2016 presenterte en typologi som de utarbeidet og kategoriserte delingsøkonomi til tre deler; Varer, tjenester og gaver. De mener det er de tre er kjernen i delingsøkonomi basert på en forretningsmodell med P2P (Pettersen et al., 2016). For oppgavens hensikt blir en slik typologi for generell og lite anvendbar.

3. Metode

Kapittelet beskriver fremgangsmåten for datainnsamlingen til oppgaven, samt valg, vurdering og refleksjon om innsamlet data. Oppgavens problemstilling har formulert seg med *hvilke* og tar høyde for å si noe om en tilstand på et gitt tidspunkt. En slik formulering er ofte forbundet med en beskrivende problemstilling (Jacobsen, 2018; Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016).

Formålet med oppgaven er å kartlegge hvilke inntektsstrømmer selskaper innenfor delingsøkonomi velger. Dette blir styrende for hvilke type undersøkelsesopplegg, og hvilke metoder som er mest gunstig for innhenting av empiri (Jacobsen, 2018; Saunders et al., 2016).

3.1 Forskningsdesign/undersøkelsesdesign

Oppgavens utgangspunkt er å undersøke samtlige P2P delingsøkonomiinitiativer som opererer i Norge. Ved å undersøke mange selskaper kan funnene gjøres gjeldene til andre enn selve utvalget ved å oppnå generalisering (Jacobsen, 2018). For å studere mange selskaper er det naturlig å bruke et ekstensiv opplegg (Jacobsen, 2018). Det ekstensive opplegget skaper et godt grunnlag for statistisk generalisering, og ikke minst mulighet for å undersøke hvor vanlig eller uvanlig et fenomen er (Jacobsen, 2018). Samtidig har oppgaven definert en begrensning i omfang for å muliggjøre oppgaven. Oppgavens begrensning kan føre til at noen selskaper ikke blir inkludert i utvalget. I tillegg kan nyanser og forståelse av utvalget svekkes når mange selskaper blir studert. Dette kan føre til at oppgaven blir virkelighetsfjern, og ikke gjeldene for generalisering (Jacobsen, 2018). Derfor har fokuset for oppgaven vært å skape en balanse mellom begrensning på oppgaven slik at den er mulig å gjennomføre, samtidig som den er tilrettelegger for nødvendig datainnsamling for besvarelse av problemstillingen.

3.2 Metode for datainnsamling

For å skape en forståelse for delingsøkonomi, og finne oppgavens teoretiske rammeverk er litteraturstudie benyttet. For datainnsamling har oppgaven benyttet både en kvalitativ og kvantitativ tilnærming. Metoden for å samle inn data fra hvert selskap har vært en innholdsanalyse. Primærkildene for datainnsamling er offentlig tilgjengelig informasjon på internett gjennom blant annet selskapets nettside, og deres plattform eller applikasjon.

3.2.1 Innledende litteratursøk

Forfatteren startet med en innledende litteraturstudie om teamet delingsøkonomi. En innledende litteraturstudie var nødvendig for å skape oversikt over temaet. Det innledende litteratursøket benyttet Google som søkemotor i den hensikt å identifisere hva delingsøkonomi er, og hva tidligere masteroppgaver har undersøkt.

3.2.2 Litteratursøk teorikapittelet

Neste fase i litteratursøket var å skaffe data og innsikt for teorikapittelet. Teorikapittelet har til hensikt å tilrettelegge for besvarelse av undersøkelsesspørsmålene og består av tre deler; (1) Definisjon av delingsøkonomi, (2) forretningsmodell med fokus på inntektsstrømmer, og (3) kategorisering av delingsøkonomiinitiativer. Litteratursøket benyttet hovedsakelig Google Scholar, Idunn og Universitetsbiblioteket sin søkemotor Oria for informasjonssøk etter publiserte forskningsartikler. Søk ble foretatt hovedsakelig på engelsk.

3.2.3 Internett som primærkilde for datainnsamling

Det virket unødvendig å samle inn ny primærdata, når informasjonen allerede er tilgjengelig. Nødvendig data og informasjon for å besvare problemstillingen er tilgjengelig på internett, eksempelvis ofte lett identifiserbart på selskapets nettside eller i forretningsrapporter (Jacobsen, 2018; Ritter & Schanz, 2019). Dette datagrunnlaget betraktes som sekundærkilde, ettersom det er hentet fra internett, og den dataen er gjort tilgjengelig for andre formål (Jacobsen, 2018). Det var ikke planlagt å benytte spørreundersøkelser, intervju eller andre metoder for innhenting av primærdata. Likevel var det ikke mulig å få tak i all ønsket data på internett, eller så var kildene tvilsomme. Av den grunn måtte noen selskaper kontaktes individuelt per e-post for utfyllende informasjon, presentert i vedlegg 6.

3.2.4 Kvalitativ og kvantitativ innholdsanalyse

Datagrunnlaget for å besvare problemstillingen krever først at delingsøkonomiselskapene identifiseres. Deretter er det nødvendig med en systematisk kartlegging av ønsket data om selskapene. Kildene til datagrunnlaget er sekundærdata. Med disse to forutsetningene er innholdsanalyse en egnet metode for datainnsamling (Jacobsen, 2018). Ettersom kvalitativ eller kvantitativ tilnærming ikke må anses som et enten eller valg, har oppgaven benyttet begge tilnærmingene (Jacobsen, 2018; Saunders et al., 2016). En kvalitativ tilnærming har vært naturlig for å tolke og analysere selskapsinformasjonen tilgjengelig på internett. Samtidig har det vært naturlig med en kvantitativ tilnærming når tall og inntektsstrømmer kartlegges for selskapene.

3.3 Datainnsamling

Delkapittelet presenterer hvordan oppgaven har samlet inn data i tilsvarende rekkefølge som undersøkelsesspørsmålene. Først presenteres hvordan utvalget ble identifisert gjennom to trinn. Etter identifisering av selskapene, ble de analysert for å skaffe nødvendig data knyttet til inntektsstrømkilder, regnskapsinformasjon, forretningside, visjoner og hensikt med plattformen kartlagt gjennom en kvalitativ og kvantitativ innholdsanalyse.

3.3.1 Undersøkelsesspørsmål 1: Hvordan finne utvalget

Det finnes ingen oversikt over samtlige delingsøkonomiselskaper som opererer i Norge. Derfor blir selskapene som oppgaven har identifisert et utvalg ettersom en ikke kan bekrefte den faktiske populasjonen (Jacobsen, 2018). Metoden for å finne utvalget består av to trinn. Hensikten med trinninndelingen var å oppnå en systematisk prosess.

Trinn en foregikk i tidsrommet 05.06.21-15.08.21 der alle selskaper som kunne knyttes til delingsøkonomi ble notert på en liste, heretter benevnt som initialutvalget og presenteres i resultatkapittelet 4.1 og vedlegg 3. Det første oppgaven gjorde var å starte med studiene som var identifisert gjennom det innledende litteratursøket til oppgaven. Flere studier fra 2016 og 2017 kartla daværende selskaper innenfor delingsøkonomi som opererte i Norge på det gitte tidspunktet; FAFO-rapport 2017:41 (Jesnes et al., 2016), Vista Analyse (Pedersen et al., 2016), SIFO-rapport nr. 17 2016 (Pettersen et al., 2016), samt Masteroppgave skrevet av (Hågensli & Solibakke, 2016). Med en antagelse og utgangspunkt i at de nevnte studiene dekket de fleste delingsøkonomiselskaper på daværende tidspunkt, ble søket etter nye selskaper fokusert til årene etter 2017. Google har vært den primære søkemotoren med søkeord som: Delingsøkonomi, plattformøkonomi, delingsøkonomiinitiativ, leie og dele, sharing economy, collaborative economy, peer economy, gig economy, collaborative consumption og delingstjenester. I tillegg ble det gjennomført søk i sosiale medier og i Apples App Store med referanse til kjente delingsøkonomiselskaper som Uber, Airbnb og Nabobil for å se om lignende selskap ble foreslått. I medieregisteret Atekst/retriver 11.08.2021 ble det gjennomført et søk på nyhetsartikler som omtalte «delingsøkonomi» de siste tre årene (2018-2021), presentert i vedlegg 2. Søket gav 576 treff. Nyhetsartiklene ble skimlet for å identifisere selskaper knyttet til delingsøkonomi.

Trinn to foregikk i tidsrommet 15.08.21-31.08.2021 der samtlige selskaper i initialutvalget ble analysert og vurdert om de var relevant for oppgaven, og skulle inkluderes i utvalget.

Vurdering av hvilke selskap som skulle inkluderes i utvalget var basert på oppgavens valgte definisjon av delingsøkonomi presentert i delkapittel 2.1, samt oppgavens begrensning presentert i delkapittel 1.4. Informasjon om selskapene var primært tilgjengelig på deres egen nettside og applikasjon. I tillegg var Brønnøysundregisteret og Proff.no gode kilder i de tilfellene selskapet var norsk. Andre informasjonskilder var intervjuer og beskrivelser av selskapene i aviser og tidsskrifter. Det vil si at oppgavens utvalg er selskaper som opererer med en P2P plattform eller nettside, der tjenestene som tilbys ikke overfører eierrettigheter, men tilrettelegger for deling av ressurser, eller at tjenester og kompetanse utveksles.

Plattformene skal tilrettelegge for å knytte privatpersoner uten at det kreves komplisert ansettelse eller høy kompetanse. Et utgangspunkt er at delingen skal være tilgjengelig for alle og ikke bare noen utvalgte. I trinn to ble det laget en ny liste med selskapene som oppfylte oppgavens begrensning. Disse selskapene utgjør utvalget for oppgaven. Utvalget presenteres i resultatkapitlet 4.1.

3.3.2 Undersøkelsesspørsmål 2: Hvordan kartlegge inntektsstrømmene

Delkapitlet presenter metoden for datainnsamlingen, og resultatet presenteres i delkapittel 4.2. Når trinn en og to var fullført, kunne datainnsamlingen starte. I gjennomførelsen av trinn en og to ble det ikke samlet inn data. Selskapene ble kun vurdert om de oppfylte kravene til å være en del av utvalget til oppgaven. Dette ble gjort for å oppnå en systematisk prosess.

Matrisen som vist i tabell 1 gjenspeiler dataen som skulle kartlegges for hvert selskap. Undersøkelsen av selskapene identifiserte hvilke og hvordan plattformen eller nettsiden krevde sitt servicegebyr. Gebyret ble deretter kategorisert basert på oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrømmer presentert i delkapittel 2.2. Generell informasjon om selskapene som årstall stiftet, omsetning, antall ansatte og geografisk tilstedeværelse ble kartlagt for å kunne sammenligne selskapene og for å forstå hvorfor selskapene velger inntektsstrømmene. Samtidig identifiseres også de spesifikke kostnadene plattformene eller nettsidene krevde i form av servicegebyrer.

Tabell 1 Selskapsinformasjon av utvalget

| | Type inntektsstrøm | Hva tilrettelegger de | Årstall stiftet | Omsetning 5 år tilbake i tid | Antall ansatte | Geografisk tilstedeværelse |
|-----------|--------------------|-----------------------|-----------------|------------------------------|----------------|----------------------------|
| Selskap X | | | | | | |
| Selskap Y | | | | | | |
| Selskap Z | | | | | | |

Datainnsamlingen for hvert selskap ble registrert i et Excel-ark i henhold til tabell 1, med tilleggskolonne for spesifikke servicegebyrer. Informasjonsinnhentingene skjedde på følgende medier: Selskapets nettside der de forklarte hvordan plattformen fungerte, hva hensikt var, og formålet med plattformen med hva kunne de tilby. Selskapets betingelser og vilkår for bruk av deres tjenester er tilgjengelig på selskapets nettside og ble lest. Brønnøysundregisteret med årsregnskap og Proff.no gav historisk finansiell informasjon og antall ansatte hvis selskapet var norsk. Likevel var det ikke alt som ble opplyst på selskapets nettside, eller de andre nevnte mediene. Derfor måtte noen selskaper kontaktes direkte på e-post med konkrete spørsmål for å utfylle datagrunnlaget. Vedlegg 6 presenterer selskapene som ble kontaktet på

e-post, og hva de responderte. Vedlegg 4 og 5 presenterer fullstendig oversikt over datainnsamlingen med kildehenvisning på innsamlet informasjon for hvert selskap.

3.3.3 Undersøkelsesspørsmål 3: Hvordan kategorisere utvalget

Delkapittelet presenterer hvordan oppgaven kategoriserte utvalget. Først måtte nødvendig data om selskapene i utvalget innhentes. Deretter ble selskapene analysert mot hverandre for å utvikle kategoriseringsrammeverket for oppgaven.

Datainnsamlingen vist i tabell 1 hadde ikke tilstrekkelig data for å besvare undersøkelsesspørsmål tre. For å være i stand til å forklare variasjonene i inntektsstrømmene, og ikke minst forstå valgene til selskapene, var det nødvendig å finne ut hva selskapet ønsker å oppnå med plattformen sin. Hvilken forretningside og modell de har, samt hvilke mål og visjon selskapet har måtte undersøkes. Innholdsanalysen av selskapene er datagrunnlaget for å lage et kategoriseringsrammeverk i kombinasjon med de tre tidligere kategoriseringene som er presentert i delkapittel 2.3. Vedlegg 5 presenterer innholdsanalysen for hvert selskap i utvalget.

Tidligere kategoriseringer presentert i delkapittel 2.3, var grunnpilarene for oppgavens kategorisering av selskapene. Etter at utvalget var analysert og kartlagt, var det mulig å plassere selskapene i en tilhørende kategori. Plassering av selskapene i tilhørende kategorier ble gjennomført ved å gjenkjenne fellestrekk mellom de tre tidligere kategoriseringene presentert i delkapittel 2.3, og funnene fra kartleggingen av selskapene i utvalget. Oppgavens mål er å presentere en intuitiv kategorisering. Derfor er endelig kategorisering presentert basert på tjenesteområdene. Oppgavens resultat og rammeverk for kategorisering av selskapene i utvalget presenteres i delkapittel 4.3.

3.4 Validitet og reliabilitet

På grunn av økt digitalisering er det noen flytende grenser mellom tradisjonell økonomi og delingsøkonomi (*NOU 2017:4*). Det vil si at tolkninger av forfatteren påvirker både oppgavens validitet og reliabiliteten, siden en kan ikke garantere at en annen forsker ville fått samme resultat. Tolkning av begrepet delingsøkonomi kan variere mellom forfatteren av oppgaven og andre forskere. Forskjellig definisjon av begrepet kan påvirke hvilke selskaper som inkluderes i oppgaven, og hvilken som ikke gjør det. For at andre skal forstå hvilke selskaper som er inkludert i utvalget er det diskutert hvordan oppgaven tolker oppgavens valgte definisjon, og hvordan den anvendes i arbeidet.

Funnene i oppgaven viser et øyeblikksbilde av delingsøkonomiselskaper i Norge som tilrettelegger for en P2P elektronisk markedsplass. Innsamling av data til selskapene skjedde innenfor perioden juni til midten av august 2021. Det vil si at det både kan finnes flere selskaper som oppgaven ikke identifiserte, samt flere kan ha blitt opprettet eller slått konkurs. Oppgaven har hatt som mål og intensjon om å kartlegge samtlige selskaper som opererer innenfor P2P i Norge. Kartleggingen har resultert i et utvalg. Gyldigheten til utvalget svekkes ettersom det ikke er mulig å vite hvordan den er fordelt i henhold til populasjonen. Behandling av sekundærdata fra offentlige kilder tilgjengelig på internett kan svekke validiteten til oppgavens datainnsamling. Hos kilder på internett kan det for eksempel være brukt teknikker eller redigering, slik at de fremstår mer troverdige (Jacobsen, 2018). Det kan være at selskapene ikke har publisert, eller skjuler enkelte opplysninger som kunne vært relevant data for oppgaven. Likevel viser utvalget at den har et bredt spekter av ulike type selskaper. Selskapene i utvalget har lav, middel og stor omsetning, det er internasjonale og norske selskaper med ulik alder, antall ansatte varierer, og hvilke typer tjenester de tilbyr er også godt variert. På grunn av variasjonene og ulikhetene mellom selskapene anses det som at utvalget er representativt for populasjonen og kildene fremstår som pålitelige.

3.5 Ethiske og moralske aspekter

Forfatteren er av oppfatning at oppgaven er utført etter generelle etiske normer. Oppgaven har hovedsakelig behandlet offentlig tilgjengelig informasjon på internett. Samtidig har forfatteren ingen egeninteresse utover nysgjerrighet av analysen og resultatene. Oppgaven har ikke vært et bestillingsverk fra andre aktører. Det vil si at forfatteren har ikke mottatt noen former for goder eller midler for å gjennomføre studiet.

4. Resultat

Kapittelet presenterer resultatene fra datainnsamlingen ved hjelp av metodene som beskrevet i kapittel 3. Resultatene presenteres i tilsvarende rekkefølge som undersøkelsesspørsmålene til oppgaven.

4.1 Undersøkelsesspørsmål 1: Utvalget – delingsøkonomiselskaper i Norge 2021

Trinn en identifiserte 131 selskaper som utgjør initialutvalget. Trinn to identifiserte 28 selskaper som tilfredsstilte oppgavens valgte begrensning og definisjon på delingsøkonomi, og med det er oppgavens utvalg. Selskapene i utvalget er presentert i tabell 2.

Tabell 2 Utvalget for datainnsamling – 28 selskaper

| Selskap | Årstall stiftet | Geografisk tilstedeværelse | Hva tilrettelegger de |
|--------------------------------------|-----------------|----------------------------|--|
| <i>Airbnb</i> | 2008 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av bolig |
| <i>Boataround</i> | 2016 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av yachter |
| <i>Boatflex</i> | 2014 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av båter & tjenester |
| <i>Boligbytte/ HomeExchange</i> | 2011 | Internasjonalt | Tilrettelegger for boligbytte av privatpersoner |
| <i>Bolt</i> | 2013 | Internasjonalt | Tilrettelegger for transport av privatpersoner fra privatsjåfører |
| <i>Campr</i> | 2021 | Norge | Tilrettelegger for utleie av bobiler og campingvogner |
| <i>Click&Boat</i> | 2013 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av båter |
| <i>Cowedo</i> | 2014 | Norge | Lager en felles plattform for delingsøkonomi som alle kan benytte for sitt selskap |
| <i>Equiconnector</i> | 2019 | Norge | Digital bookingløsning for hestesport |
| <i>Fjong</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for utleie av klær |
| <i>Fluito</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for utleie av båtplasser |
| <i>Fuud (Eier Sharenotwaste)</i> | 2020 | Norge | Tilrettelegger for kjøpe, selge, dele, finne og redde lokalmat |
| <i>Homelink</i> | 1953 | Internasjonalt | Tilrettelegger for boligbytte av privatpersoner |
| <i>Hygglo</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for dele og leie av ting |
| <i>Landbruksformidling</i> | 2020 | Norge | Tilrettelegger for at bønder kan leie ut redskaper eller landbruksmaskiner |
| <i>Luado</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for småjobber, både proffe og privatpersoner |
| <i>Maritim utleie</i> | 2004 | Norge | Tilrettelegger for utleie av båter |
| <i>Minsmåjobb</i> | 2019 | Norge | Tilrettelegger for småjobber, både proffe og privatpersoner |
| <i>Nabobil</i> | 2015 | Norge | Tilrettelegger for utleie av biler |
| <i>Nabohjelp</i> | 2017 | Norge | Tilrettelegger for at naboer kan tilby og spør om hjelp |
| <i>Nabomat</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for hjemmelaget takeaway fra kvalitetssikrede kokker |
| <i>Nimber</i> | 2012 | Internasjonalt | Tilrettelegger for hjemleveringsløsning av de som allerede skal samme vei |
| <i>Parkit</i> | 2018 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av parkeringsplasser |
| <i>Sammevei</i> | 2016 | Norge | Tilrettelegger for samkjøring for å redusere biltrafikk |
| <i>SeaShare</i> | 2021 | Norge | Tilrettelegger for utleie av sjøtransportmidler, båt, kajakk, sup |
| <i>Turo</i> | 2010 | Internasjonalt | Tilrettelegger for utleie av privatbiler |
| <i>Uber</i> | 2009 | Internasjonalt | Tilrettelegger for transport av privatpersoner fra privatsjåfører |
| <i>Vileier</i> | 2021 | Norge | Tilrettelegger for utleie av lagerplass, båtplass og parkeringsplass |

Tabell 2 presenterer utvalget med informasjon om hva selskapet tilrettelegger for, geografisk tilstedeværelse og årstallet de ble stiftet. Figur 9 viser illustrativt prosessen fra initialutvalget til selve utvalget for oppgaven ved at 103 selskaper ikke oppfylte begrensningen til oppgaven som presentert i delkapittel 1.4 og 2.1.



Figur 9 Fra initialutvalg til utvalg av populasjonen

Vedlegg 3 gjengir samtlige 131 selskaper som ble identifisert i initialutvalget, og gir en forklaring på hvorfor de 103 selskapene ikke er inkludert i utvalget. Det er hovedsakelig to årsaker til at de selskapene ikke ble inkludert i utvalget. For det første var flere selskaper avviklet eller slått konkurs. For det andre var det feil plattformmodell.

4.2 Undersøkelsesspørsmål 2: Valg av inntektsstrøm med informasjon om utvalget

Delkapittelet presenterer inntektsstrømmene, omsetning og antall ansatte til selskapene i utvalget i tabell 3 og 4. Innholdsanalysen for selskapene i utvalget presenteres i vedlegg 5, og gir en beskrivelse av selskapet og plattformen, dens mål og visjon, forretningside og andre relevante opplysninger.

Hvordan datainnsamlingen foregikk er beskrevet i delkapittel 3.3.2. For utenlandske selskaper som opererer i Norge var det utfordrende å finne sikre kilder tilsvarende Proff.no og Brønnøysundregisteret i de ulike landene. Samtidig var det noen norske selskaper som ikke opplyste om hverken inntekt eller ansatte selv om plattformen var aktiv. Det skapte en utfordring med å oppdrive nødvendig data. I tillegg var det flere av selskapene i utvalget som ikke oppgav omsetning, antall ansatte, eller den eksakte størrelsen på gebyret de krevde for bruk av plattformen eller nettsiden. Av den grunn måtte noen selskaper kontaktes direkte på e-post for utfyllende informasjon. Kun 6 av 23 selskaper responderte på e-posthenvendelsen, altså en svarprosent på 26%. I henhold til Jacobsen (2018) er svarprosenten halvparten av det som er en god svarrespons på 50% (Jacobsen, 2018). Vedlegg 6 viser hvilke selskaper som ble kontaktet, med svar dato, samt den generiske mailforespørselen. Hver e-post som ble sendt var tilpasset basert på hvilken informasjon som manglet etter den initiale datainnsamlingen

utført ved bruk av internett og den respektive applikasjonen. Spørsmålene og datainnsamlingen på e-post var uansett sekundær innsamlingsmetode for mindre relevant data. Derfor anses total innsamlet data som tilstrekkelig for å besvare problemstillingen.

Tabell 3 Inntektsstrøm kildene til utvalget

| <i>Selskap</i> | <i>Type Inntektsstrøm</i> | <i>Kommentar</i> |
|--|---|--|
| <i>Airbnb</i> | Kommisjon | Delt gebyr, eller vert tar hele gebyret. Varierer mellom 3-20% |
| <i>Boataround</i> | Kommisjon | Kommisjon av leiepris fra utleier. Oppgir ikke hvor mye. |
| <i>Boatflex</i> | Kommisjon | Eiergebyr på 16%, mens leietaker må betale 22% av leieprisen til selskapet. |
| <i>Boligbytte/ HomeExchange</i> | Medlemskap Transaksjons-gebyr | 150\$/år for å få tilgang til plattformen. En kan gjøre så mange boligbytter som en vil. Tilbyr tjenester som gjestepoeng hvis boligbytte ikke er gjensidig, disse kan brukes på å feriere andre steder, men disse poengene kan også kjøpes for et transaksjonsgebyr mellom 0,1-1 euro/GP. |
| <i>Bolt</i> | Kommisjon | Selskapet tar 10-20%kommisjon av turens verdi. Kommisjonsandelen varierer etter by og land. |
| <i>Campr</i> | Kommisjon | Utviklet i samarbeid med Ferda. Plattformen tar 4% fra leieprisen fra utleier, og 18% servicegebyr fra leieprisen fra leietaker. |
| <i>Click&Boat</i> | Kommisjon | Kommisjon betales av eieren. Kommisjonen varierer basert på område og avtale gjort mellom plattform og eier av båten. |
| <i>Cowedo</i> | Medlemskap Kommisjon Transaksjonsgebyr | Medlemskapspris 2900kr/mnd, transaksjonsgebyr på 3kr + 10%kommisjon for hver transaksjon |
| <i>Equiconnector</i> | Medlemskap Kommisjon | Medlemskapsavgift på 299kr/mnd for ridesenter og instruktør, og 5% kommisjon per booking. |
| <i>Fjong</i> | Medlemskap | Prismodell: Medlemskap hver mnd 2 plagg/590 kr, 3plagg/890 og 5plagg/1350kr |
| <i>Fluito</i> | Kommisjon | Selskapet krever en kommisjon på leieprisen av leietaker. De oppgir ikke hvor mye. |
| <i>Fuud (Eier Sharenotwaste)</i> | Kommisjon | I 2021 er det gratis for å selge matvare gjennom appen, dette for å skape en stor selgermasse. Fra 2022 vil kommisjonen variere mellom 5-10% av omsetningen til selger. |
| <i>Homelink</i> | Medlemskap | Medlemskap koster 1000kr+ i året. |
| <i>Hygglo</i> | Kommisjon | Kommisjon på 20% av utleier. |
| <i>Landbruks- formidling Luado</i> | Kommisjon | Nettsiden tar 20%kommisjon av utleiepris fra utleier. |
| <i>Maritim utleie</i> | Kommisjon | Nettsiden tar 3%kommisjon av leieprisen fra både leietaker og utleier. |
| <i>Minsmåjobb</i> | Transaksjonsgebyr | De tar et transaksjonsgebyr basert på verdien av jobben som utføres. De har laget en matrise og definert gebyr for hvert enkelt pris intervall. |
| <i>Nabobil</i> | Kommisjon | Kommisjon på 20 - 25% fra utleier. Leietaker betaler cirka 50kr i leiegebyr. Nettsiden fremstiller det som varierende og det antas derfor for å være en kommisjon. |
| <i>Nabohjelp</i> | Gratis | Tjenesten er gratis å bruke, men en hjelper kan kreve vederlag men dette avgjøres mellom partene. Plattformen tar ingen kommisjon eller transaksjonsgebyr for å drifte appen. |
| <i>Nabomat</i> | Kommisjon | Nettsiden tar 10%kommisjon fra salgsprisen for å drifte nettsiden. |
| <i>Nimber</i> | Kommisjon | Ved å undersøke ulike oppdrag tilgjengelig på nettsiden ble det identifisert at kommisjonen eller transaksjonsgebyr var på mellom 18-24% og skal betales av sender. |
| <i>Parkit</i> | Kommisjon | Utleier betaler kommisjon til plattform, det kommer ikke frem hvor mye kommisjonen er fra nettsiden. |
| <i>Sammevei</i> | Kommisjon | Plattformen tar 20%kommisjon av prisen passasjer betaler til sjåfør. |
| <i>SeaShare</i> | Kommisjon | Plattformen tar 6%kommisjon hos leietaker og 16%kommisjon fra utleier basert på salgsprisen. |
| <i>Turo</i> | Kommisjon | Kommisjon 10-40% avhengig av hvilken forsikringspakke, og belastes utleier. |
| <i>Uber</i> | Kommisjon | Uber tar kommisjon for sin tjeneste som plattformleverandør, men nøyaktig tall utgir de ikke. Flere nettsider påstår det er 20-25% |
| <i>Vileier</i> | Kommisjon | De tar et servicegebyr/kommisjon fra leietaker, men de oppgir ikke hvor mye. |

Tabell 3 gjengir hvilke type(r) inntektsstrømmer de ulike selskapene benytter.

Kommentarfeltet beskriver prismodellen til plattformen eller nettsiden, med hvem som skal betale, og hvor mye de skal betale og i hvilken form. Tabell 4 gjengir innhentet data av antall ansatte og omsetning til utvalget. Omsetningstall er i 1000 NOK.

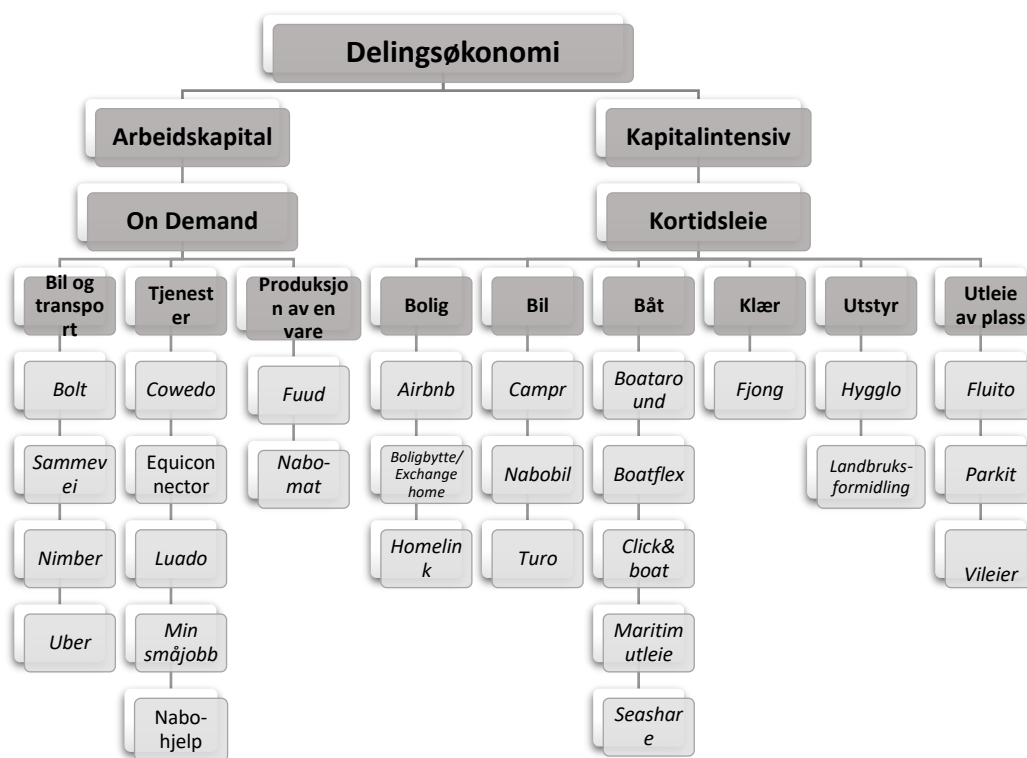
Tabell 4 Omsetning og antall ansatte hos utvalget

| Selskap | Årstall stiftet | Antall ansatte | Omsetning 2016 | Omsetning 2017 | Omsetning 2018 | Omsetning 2019 | Omsetning 2020 |
|----------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|
| Airbnb | 2008 | 5597 | 1700 000 | 2600 000 | 3600 000 | 4700 000 | 3400 000 |
| Boataround | 2016 | - | - | - | - | - | - |
| Boatflex | 2014 | - | - | - | - | - | - |
| Boligbytte/HomeExchange | 2011 | 70 | - | 9220 | 74 900 | 86 531 | 72 686 |
| Bolt | 2013 | - | - | - | - | - | - |
| Campr | 2021 | - | - | - | - | - | - |
| Click&Boat | 2013 | 74 | - | - | - | - | 150 |
| Cowedo | 2014 | 4 | 78 | 54 | 6 | 1 | |
| Equiconnector | 2019 | - | - | - | - | 460 | 754 |
| Fjong | 2016 | 14 | - | 1 148 | 2 036 | 2 107 | - |
| Fluito | 2016 | - | 40 | 2 | - | - | - |
| Fuud (Eier Sharenotwaste) | 2020 | 4 | - | - | - | - | 36 |
| Homelink | 1953 | - | - | - | - | - | - |
| Hygglo | 2016 | 8 | 745 | 3 111 | 12 210 | 29 370 | 60 974 |
| Landbruksformidling | 2020 | - | - | - | - | - | - |
| Luado | 2016 | 8 | - | 68 | 114 | 418 | 1 212 |
| Maritim utleie | 2004 | - | - | - | - | - | - |
| Minsmåjobb | 2019 | - | - | - | - | - | - |
| Nabobil | 2015 | 18 | 5 005 | 6 715 | 7 541 | 45 572 | 26 459 |
| Nabohjelp | 2017 | - | - | - | - | - | - |
| Nabomat | 2016 | 0 | - | 123 | 34 | 416 | 155 |
| Nimber | 2012 | 4 | - | - | - | 71 | 3 080 |
| Parkit | 2018 | - | - | - | - | - | - |
| Sammevei | 2016 | 7 | - | - | 93 | 90 | 101 |
| SeaShare | 2021 | - | - | - | - | - | - |
| Turo | 2010 | - | - | - | - | - | - |
| Uber | 2009 | - | - | - | - | - | - |
| Vileier | 2021 | - | - | - | - | - | - |

4.3 Undersøkelsesspørsmål 3: Kategorisering av utvalget

Delkapittelet presenterer foreslått kategorisering av utvalget for denne oppgaven. Figur 10 fremstiller kategoriseringen av selskapene. Kategoriseringen av utvalget følger en pyramideform. Det vil si at øverst er delingsøkonomi, og kategoriseringen blir mer presis og konkret for hvert trinn nedover. Overordnet i kategorisering er arbeidsintensive plattformer og kapitalintensive plattformer. Kun to av fem kategorier til Hågensli & Solibakke (2016) er benyttet fordi det er de som er relevant for oppgaven, On-demand og korttidsleie. Arbeidsintensiv plattform og On Demand-plattformer har flere fellestrekk som at plattformen formidler og setter aktører som stiller sin arbeidskraft tilgjengelig i kontakt med kunder (Hågensli & Solibakke, 2016; Jesnes et al., 2016). Samtidig har kapitalintensive plattformer og marked for korttidsleie fellestrekk som at de tilrettelegger for at ressurser som noen har

kan deles (Hågensli & Solibakke, 2016; Jesnes et al., 2016). Av den grunn er de plassert i samme kategori. Innholdsanalysen på hvert selskap identifiserte fellestrekk mellom selskapene om hva de tilbydde. Fellestrekkene bidro til å kategorisere selskapene basert på hva de tilbydde, eksempelvis kategorien bolig eller klær. Til slutt er tjenestene plassert i kategorier basert på hvilken form for tjeneste de tilbyr. Tjenestekategoriene er basert på Pedersen et.al (2016), med noen ekstra kategorier som er tilpasset utvalget for oppgaven. Kategoriseringen er tilpasset for utvalget i oppgaven, og inkluderer bare kategorier som selskaper i utvalget kan plasseres i.



Figur 10 Kategorisering av P2P-plattformer som opererer i Norge

På grunn av plassbegrensning må deler av datainnsamlingen presenteres som vedlegg. Dette gjelder kildehenvisning til utvalget som er gjengitt i vedlegg 4, og innholdsanalysen om selskapene i utvalget som presenteres i vedlegg 5. I tillegg presenteres initialutvalget i vedlegg 3 som også gir en forklaring på hvorfor hvert enkelt selskap ikke inkluderes i oppgavens utvalg. Resultatene analyseres i neste kapittel for å besvare problemstillingen.

5. Analyse

Kapittelet analyserer resultatene presentert i kapittel 4 for å besvare problemstillingen:

Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?

Analysekapittelet følger kapittelinnndeling i tråd med undersøkelsesspørsmålene. Først analyseres utvalget, med andre ord hvilke selskaper som opererer innenfor delingsøkonomi i Norge. Videre analyseres valg av inntektsstrømmer til selskapene i utvalget. Til slutt analyseres variasjonene mellom selskapene i utvalget.

5.1 Undersøkelsesspørsmål 1: Utvalget – hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge

Delkapittelet presenterer besvarelse av første undersøkelsesspørsmål: *Hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge?* Besvarelsen vurderer tre aspekter for utvalget. Det første er en vurdering av utvalget mot populasjonen. Det andre er å undersøke hvilke typer selskaper som opererer i Norge. Det tredje er å analysere utvikling de siste årene av selskapene. De tre aspektene gir grunnlag for besvarelse av undersøkelsesspørsmål 1.

5.1.1 Utvalget sett mot populasjonen

Oppgaven ønsket å kartlegge samtlige selskaper som opererer innenfor delingsøkonomi i Norge med en begrensning hos de selskapene som tilbydde markedsplassen P2P.

Initialutvalget fant 131 selskaper, mens kun 28 selskaper er inkludert i utvalget. Vedlegg 3 presenterer begrunnelsen for nedskaleringen.

Selv om oppgaven har kartlagt alle selskaper knyttet til delingsøkonomi i Norge som var mulig å identifisere, er det ikke mulig å omtale utvalget som en populasjon. Det eksisterer ikke en komplett oversikt over populasjonen som kan bekrefte utvalgets legitimitet. Derfor omtales selskapene som et utvalg. I tillegg er sannsynligheten lav for at oppgaven har identifisert samtlige selskaper innenfor delingsøkonomi. Likevel anses utvalget som representativt for populasjonen, og med det muliggjør en generalisering for funnene. Generaliseringen følger likevel noen begrensninger og forutsetninger. En kan anta at de største og dominerende delingsøkonomiselskapene er inkludert i oppgaven. I delingsøkonomi er de dominerende aktørene ofte et resultat av nettverkseffekt som har skapt en stor brukermasse. Med en høy brukermasse er det sannsynlig å tro at de er hyppig omtalt i media. Av den grunn er slike selskaper med høyst sannsynlighet identifisert i utvalget. Med andre ord, utvalget representerer populasjonen i stor grad når det gjelder de største og de dominerende aktørene i markedet. På den andre enden av skalaen har små

delingsøkonomiselskap ofte lav publisitet, og er ikke like allmennkjent. Slike selskaper er mer utfordrende å oppdage, og det reduserer validiteten til utvalget, og dermed generaliseringsmuligheten. Samtidig er 8 av 28 selskaper i utvalget stiftet etter 2017, med lav omsetning, lite medieomtale og få ansatte. Dette indikerer at oppgaven har lyktes med å identifisere små selskaper. På grunn av et systematisk søk, og en fordeling av store, mellomstore og småselskaper i utvalget, anses grunnlaget for generalisering å være tilstede for tidsrommet undersøkelsen har funnet sted.

5.1.2 Hvilke typer selskaper opererer i Norge?

Delkapittelet analyserer hvilke typer selskaper som opererer i Norge. Utgangspunktet er utvalget og kategoriseringen av selskapene presentert i delkapittel 4.3, figur 10. Funnene av hvilke selskaper som opererer innenfor delingsøkonomi i Norge med en markeds plass P2P stemmer overens med Jesnes et.al (2016) sin inndeling av markedet i arbeidsintensiv plattform og kapitalintensiv plattform (Jesnes et al., 2016). Selskapene som utgjør utvalget tilbyr i hovedsak, enten en deling av en ressurs eller at de tilbyr en tjeneste. Funnene samsvarer også med kategoriene On-Demand og marked for korttidsleie (Hågensli & Solibakke, 2016). Det er gråsoner mellom kategoriene i inndelingen. For hvert selskap vil det være individuelt hvor riktig kategorisert den er i henhold til definisjonen av kategoriene. Kategoriseringen bidrar likevel til et analytisk skille som nevnt i delkapittel 2.3. Et analytisk skille bidrar til å forstå hvilke selskaper som opererer i Norge selv om den har svakheter.

I utvalget er det et flertall av selskaper innenfor kapitalintensive plattformer og korttidsleie. De har en liten majoritet på 17 av 28 selskap. Av de 17 selskap er 5 stiftet etter 2017. Det vil si at innenfor arbeidsintensive plattformer i dag er det 11 selskaper, og 4 av de er stiftet etter 2017. Utvalget gir en fordeling med 60% av kapitalintensive plattformer og 40% arbeidsintensive plattformer. Siden utvalget ikke nødvendigvis er representativt og normalfordelt i henhold til populasjonen, konkluderes det med at fordeling mellom arbeidsintensive og kapitalintensive plattformer som tilbyr P2P markeds plasser er tilnærmet likt fordelt. Dette underbygges ved at det er tilnærmet like mange selskap som er opprettet etter 2017 i begge kategoriene.

Videre analyseres de ulike kategoriene arbeidsintensive og kapitalintensive plattformer hver for seg.

Arbeidsintensive plattformer

Innholdsanalysen av selskapene og identifisering av fellestrekk resulterte i tre kategorier for hvilke ressurser som tilbys. Kategoriene *bil & transport*, og *tjenester* er dominerende for arbeidsintensive plattformer. Kategorien *produksjon av vare* har to selskaper som er relativt små, og har i skrivende stund lav aktivitet på sine respektive plattformer. Selskapene Bolt og Uber i kategorien *bil og transport* er i gråsonen for å være inkludert i utvalget. Uber er på lik linje som Airbnb ansett som selve delingsøkonomifenomenet. Samtidig har Uber vært fraværende i Norge etter 2017 på grunn av manglete drosjeløyve. Oktober 2020 er Uber på nytt tilbake i Norge, men nå er det krav om drosjeløyve. Selv om Uber stegvis forklarer godt og intuitivt hvordan en søker om drosjeløyve må det anses som en større barriere å bli privatsjåfør ettersom det krever mer av enkeltpersoner. Bolt som opererer på lik linje som Uber og tilrettelegger for at privatsjåfører transporterer privatpersoner beskriver ikke krav om drosjeløyve på sine sider. I delingsøkonomi og markedsplasser for P2P er det ofte lave incentiv for å være en tilbyder, og det kreves tilnærmet ingen kompetanse. Med kravet om drosjeløyve havner de i en gråsoner i henhold til oppgavens valgte definisjon av delingsøkonomi og oppgavens begrensninger. Uansett er det fremdeles en plattform som ikke ansetter, og de tilrettelegger for at privatsjåfører kan transportere privatpersoner. Derfor inkluderes de i oppgaven, selv om det er blitt vanskeligere å være privatsjåfør.

I kategorien *tjenester* er selskapene Luado, Min småjobb og Nabohjelp relativt like ettersom de tilrettelegger for at privatpersoner kan utføre tjenester for andre privatpersoner, gjerne i form av husarbeid eller oppussing. De to andre selskapene Cowedo og Equiconnector er mer unike innenfor sitt segment som plattformbygging og tilrettelegger for hestesporten.

Utvalget viser at selskaper som opererer innenfor arbeidsintensive plattformer tilrettelegger for at privatpersoner tilbyr tjenester de har en ressurs på eller en kapasitet til å gjøre. Produksjon av en vare er slik utvalget viser få, og forbeholdt matlaging.

Kapitalintensive plattformer

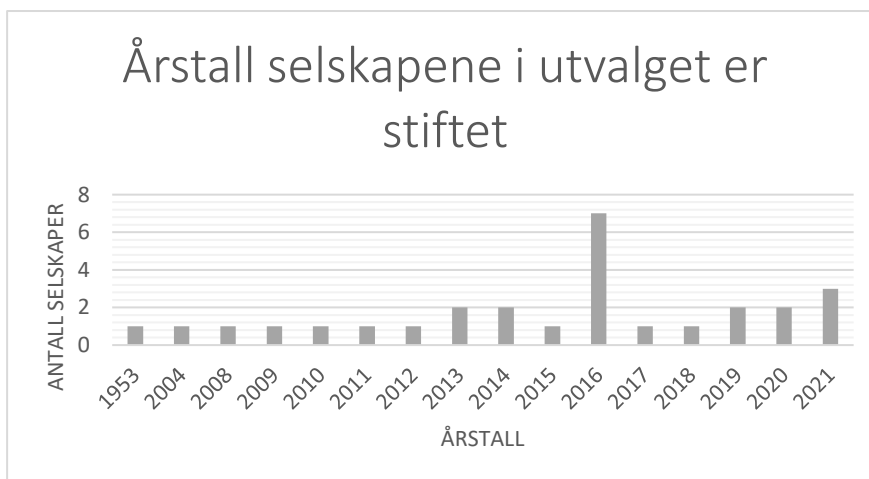
Innholdsanalysen av selskapene og identifisering av fellestrekk resulterte i seks kategorier for hvilke ressurser tilbyderne deler. Kategorien *klær* har færrest selskapet. Fjong er eneste selskap som er i kategorien *klær*, og i skrivende stund driver de ikke med tilrettelegging for utleie av klær mellom privatpersoner på grunn av koronasituasjonen. De er likevel inkludert ettersom det normalt er et produkt de tilbyr og når pandemien er over antas det at de gjenopptar tilbudet. Videre er det kategorien *utstyr* som har kun to tilbydere, Hygglo og

landbruksformidling. På grunn av de mange produktene og tjenestene Landbruksformidling tilbyr er de plassert i kategorien *utstyr*, selv om de også kunne vært plassert i kategoriene *bil*, og *utleie av plass*. Det vil si at av 17 selskaper i korttidsleie er det kun to selskaper, Hygglo og Fjong som tilbyr leie av eiendeler av en lavere verdi. Hygglo og Fjong tilbyr gjerne turutstyr, sportsutstyr eller hverdags- og festklær. Kostnaden for de eiendelene er lavere enn de andre kategoriene som utleie av bolig, bil, båt og en parkering-, båt- eller lagerplass. Utvalget viser derfor at det er få selskaper som tilbyr ressurser av lav verdi til leie, eksempelvis verktøy. En merknad er at Finn er en stor aktør som tilrettelegger for utleie av blant annet ressurser med lav verdi. Likevel er ikke Finn inkludert ettersom deres primære plattform tilrettelegger for kjøp og salg og med overføring av eierrettigheter.

Utvalget viser at det er flest selskaper som tilbyr leie av en ressurs som ofte har stor verdi. Bil, båt, bolig eller en plass er eksempel på ressurs av stor verdi. Det er få selskaper som tilbyr leie av en ressurs med en lavere verdi som sportsutstyr eller klær.

5.1.3 Utvikling av selskaper

Tidlig i det innledende litteratursøket var det tydelig at det var mye omtale og fokus på delingsøkonomi i perioden 2016 til 2017. Figur 11 presenterer årstall for når selskapene i utvalget ble stiftet. Med 28 selskaper spredt ut på 16 ulike årstall er det vanskelig å se en trend siden antallet er så lavt. Likevel vises noen tendenser. 2016 har soleklart flest stiftelser, og det er markant høyere enn de andre årene. 2016/2017 er årene der delingsøkonomi fikk mye oppmerksomhet.



Figur 11 Årstall selskapene i utvalget er stiftet

Samtidig viser Hossain (2020) at i 2017 ble det publisert nærmere dobbelt så mange forskningsartikler om delingsøkonomi enn 2016 og 2018, gjengitt i figur 12 (Hossain, 2020).

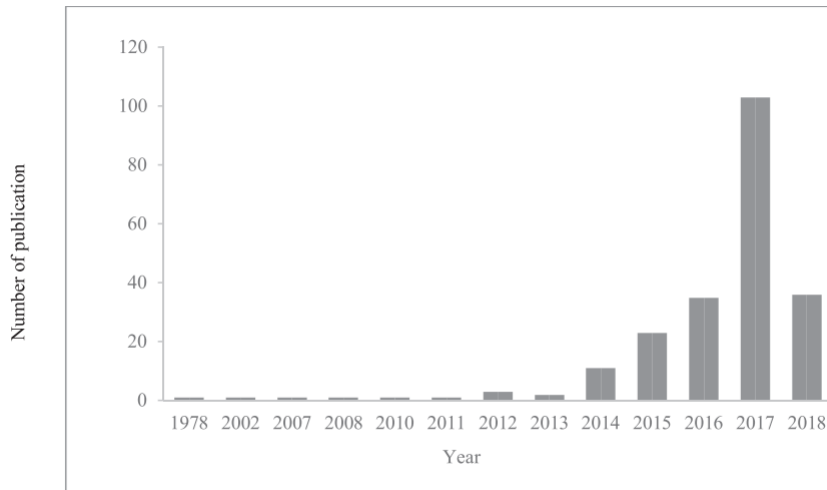


Fig. 1. Article publication trend overtime, 1978—April 2018.

Figur 12 Viser antall publiserte forskningsartikler om delingsøkonomi (Hossain, 2020).

Vista Analyse sin rapport i 2016 bestilt av Kommunal- og moderniseringsdepartementet viser til sine anslag på en årlig vekst til 60% av total omsetning av delingsøkonomi i Norge de neste 10 årene (Pedersen et al., 2016).

Masteroppgaven skrevet av Hågensli og Solibakke (2016) kartla 39 selskaper som opererer innenfor delingsøkonomi i Norge. De avgrenset også oppgaven til å undersøke selskaper som tilrettelegger for en P2P markedsplass. I motsetning til denne oppgaven har de inkludert plattformer som tilrettelegger for folkefinansiering og overføring av eierrettigheter av produkter innenfor gjenbruksmarkedet. Til sammenligning hvis en fjerner de to kategoriene som utgjør 13 selskaper, kartla de 26 selskaper som kan sammenlignes med denne oppgaven (Hågensli & Solibakke, 2016). Med en slik antagelse er selskapsutvikling ikke i vekst, men stabil. Det opprettes tilsvarende like mange selskaper som det avvikles.

Figur 11 viser at 8 selskaper er opprettet etter 2017. De 8 selskapene leverer lave omsetningstall, eller har ingen å vise til i henhold til tabell 4 i delkapittel 4.2. Vista Analyse (2016) sin rapport viser til en forventet vekst i total omsetning, og ikke vekst i antall selskaper. Likevel er det nærliggende å tro at ved vekst i total omsetning for et marked også medfører vekst i antall selskaper. En stor vekst i antall delingsøkonomiselskaper er uansett ikke tilstede i henhold til utvalget i denne oppgaven. Den lave veksten av antall selskaper, var ikke forventet på grunn av temaets popularitet. Samtidig er oppgaven begrenset til selskaper som opererer med en markedsplattform innenfor P2P. Med andre ord er mange selskaper som defineres som delingsøkonomi utelatt. Det vil si at med det gitte datagrunnlaget til oppgaven er det vanskelig å trekke en konklusjon på hvordan utviklingen av delingsøkonomiselskaper har

vært. Likevel viser trenden at delingsøkonomiselskaper som tilrettelegger for P2P ikke er i stor vekst. Det er ikke gitt at det samme gjelder for delingsøkonomiselskaper generelt. Muligens er det mer attraktivt og populært å tilrettelegge for elektroniske markedsplasser av typen B2P, B2B eller P2B. Som nevnt tidligere var det en av de største grunnene for eliminering av selskaper fra initialutvalg til utvalget at de tilbydde en annen markedsplass enn P2P.

Initialutvalget presentert i vedlegg 3 viser 131 selskap. Av de 131 selskap er 29 avvirket eller slått konkurs, noe som tilsvarer nærmer en fjerdedel av de undersøkte selskapene. Det tyder på at mange selskaper innenfor delingsøkonomi slås konkurs eller avvikes på grunn av manglende oppslutning.

5.1.4 Besvarelse undersøkelsesspørsmål 1

Delkapittelet har analysert resultatene til undersøkelsesspørsmål 1 og gir med det grunnlag for besvarelse av, *Hvilke selskaper opererer innenfor delingsøkonomi i Norge?* Oppgaven har identifisert 28 selskaper som utgjør utvalget for oppgaven, og med det antall selskaper som opererer innenfor delingsøkonomi i Norge. Utvalget følger oppgavens begrensning og må ses i den kontekst. Målet til oppgaven var å oppnå et utvalg tilnærmet populasjonen.

Populasjonen er ikke mulig å fastslå ettersom den ikke kan bekreftes. Likevel anses utvalget som representativt for populasjonen og gir grunnlag for generalisering. Utvalget kunne kategoriseres i henhold til oppgavens teoretiske rammeverk presentert i delkapittel 2.3 til selskaper som opererer innenfor arbeidsintensive og kapitalintensive plattformer. Begge kategoriene hadde dominerende trekk. Innenfor arbeidsintensive plattformer var det dominerende med tilrettelegging for bil og transport, samt å tilby tjenester innenfor hushjelp og oppussing. Produksjon av vare var lite dominerende. Det vil si at selskapene tilrettela hovedsakelig for at privatpersoner kan tilby sine tjenester. Innenfor kapitalintensive plattformer var det dominerende at selskapene tilrettela for deling av en ressurs med stor verdi. Selskaper som tilrettela for deling av en ressurs med lav verdi som klær og sportsutstyr var i fåtall, mens selskaper som tilrettelegger for utleie av båt, bil, hus, eller en parkering-, båt- eller lagerplass var dominerende.

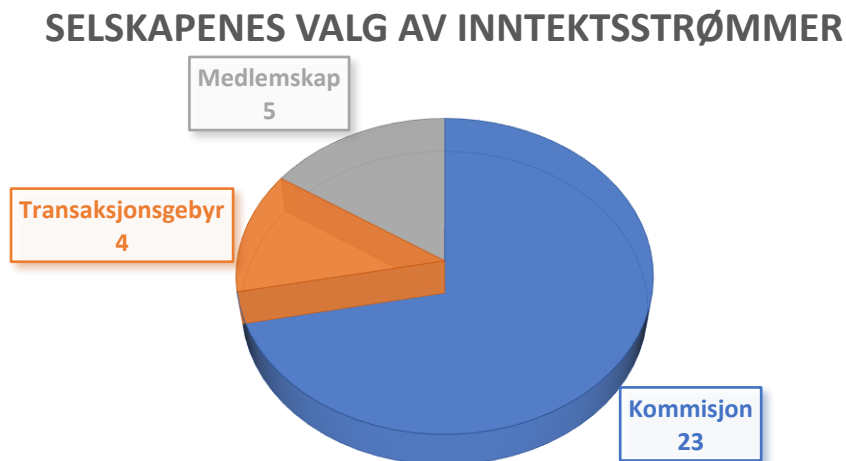
5.2 Undersøkelsesspørsmål 2: Valg av inntektsstrøm

Delkapittelet presenterer besvarelse av andre undersøkelsesspørsmål: *Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?* Besvarelsen vurderer to aspekter for utvalget. Først presenteres hvilken type inntektsstrømmer som selskapene velger. Deretter diskuteres forskningsfunnet mot oppgavens teoretiske rammeverk presentert i delkapittel 2.2. Til slutt besvares undersøkelsesspørsmål 2 basert på forskningsfunnene.

5.2.1 Valg av inntektsstrømmer

Delkapittelet presenterer valg av inntektsstrømmer hos selskapene i utvalget. Valget av inntektsstrømmer presenteres i ulike varianter for å gi grunnlag til besvarelse av undersøkelsesspørsmål 2. Delkapittel 4.2 presenterte hva de ulike selskapene hadde valgt som inntektsstrøm. De fleste selskapene har valgt kun en type inntektsstrøm, mens noen har valgt en kombinasjon av flere. Det ble identifisert tre typer inntektsstrømmer i utvalget: Kommisjon, transaksjonsgebyr og medlemskap.

Figur 13 presenterer en oversikt for hvor mange selskaper som velger de ulike inntektsstrømmene i et kakediagram. Siden noen selskaper velger flere inntektsstrømmer er summen i diagrammet høyere enn utvalgets størrelse.



Figur 13 Valg av inntektsstrøm

Figur 13 viser grafisk at den mest dominerende inntektsstrømmen er kommisjon. 23 av 28 selskaper velger kommisjon som inntektsstrøm og det utgjør 82%. Ett selskap har ingen inntektsstrømmer fordi plattformen er gratis, og det er Nabohjelp. Nabohjelp er utviklet av OBOS og anses som et tilleggsprodukt av OBOS for å gjøre deres boligprosjekt mer

attraktive, og derfor er de inkludert i utvalget. Videre velger 5 av 28 selskaper medlemskap som utgjør 18%, og 4 av 28 selskaper transaksjonsgebyr som utgjør 14% i henhold til utvalget.

Selv om et selskap velger flere inntektsstrømmer, kan det være at det likevel er en inntektsstrøm som er dominerende. Eventuelt kan det variere hvilken inntektsstrøm som er dominerende basert på transaksjonskostnaden. Strategien bak å benytte kombinasjon antas å skape forutsigbarhet, en bærekraftig omsetning og sikre seg flere ulike inntektsstrømkilder (Laczko, Hullova, Needham, Rossiter, & Battisti, 2019). Derfor er det interessant å se de spesifikke verdiene hvert selskap krever av kommisjon, transaksjonsgebyr eller medlemskap og fra hvem, tilbyder eller forbruker. I tillegg er det viktig å undersøke hvordan selskapene som velger flere inntektsstrømmer kombinerer de.

Figur 14 presenterer den spesifikke andelen som selskapet krever innenfor hver inntektsstrøm. Selskapene er presentert i rekkefølge basert på inntektsstrøm og ikke alfabetisk som tidligere. En «X» representerer at selskaper har valgt den type inntektsstrøm, men den spesifikke andelen er ikke kartlagt. For hver inntektsstrøm skilles en mellom hvem, og hvor mye tilbyder og forbruker må betale.

Kommisjon er inntektsstrømmen flest selskaper velger. Figur 14 viser at 19 av 23 selskaper som velger kommisjon krever betaling fra tilbyder. 9 av de 23 selskapene krever betaling av forbruker. Kun 5 av 23 selskaper krever betaling fra både tilbyder og forbruker. Ved å studere selskapene som krever betaling fra en part er det tydelig at å kreve kommisjon fra tilbyder er dominerende ettersom 14 av 23 selskaper gjør det, mens 4 av 23 selskaper krever betaling fra forbruker.

Beregning av gjennomsnittlig kommisjonsandel er henholdsvis 14,5% for tilbyder og 13,3% for forbruker. Selv om flest selskaper krever et gebyr fra tilbyder, er kommisjonsandelene mellom forbruker og tilbyder relativt like. Det vises til at felles gjennomsnitt for kommisjonsandelen for både tilbyder og forbruker er 14,1% og vil være oppgavens utgangspunkt av hvor mye kommisjon et selskap krever.

For de selskapene som krever kommisjon fra både tilbyder og forbruker er det ikke mulig å se et mønster om de krever like mye eller ulik verdi fra partene. Kommisjonsprosenten for de fem selskapene som krever både fra tilbyder og forbruker varierer mellom like mye, eller at tilbydere eller forbruker belastes en større andel.

| | <i>Kommisjon</i> | | <i>Transaksjonsgebyr</i> | | <i>Medlemskap</i> | |
|----------------------------------|------------------|------------------|--------------------------|------------------|-------------------|------------------|
| | <i>Tilbyder</i> | <i>Forbruker</i> | <i>Tilbyder</i> | <i>Forbruker</i> | <i>Tilbyder</i> | <i>Forbruker</i> |
| <i>Airbnb</i> | 3-20% | 3-20% | | | | |
| <i>Boataround</i> | X | | | | | |
| <i>Boatflex</i> | 16 % | 22 % | | | | |
| <i>Hygglo</i> | 20 % | | | | | |
| <i>Bolt</i> | 10-20% | | | | | |
| <i>Campr</i> | 4 % | 18 % | | | | |
| <i>Click&Boat</i> | X | | | | | |
| <i>Fuud (Eier Sharenotwaste)</i> | 5-10% | | | | | |
| <i>Landbruksformidling</i> | 20 % | | | | | |
| <i>Luado</i> | 20 % | | | | | |
| <i>Maritim utleie</i> | 3 % | 3 % | | | | |
| <i>Nabobil</i> | 20-25% | | | | | |
| <i>Nabohjelp</i> | | | | | | |
| <i>Nabomat</i> | 10 % | | | | | |
| <i>Nimber</i> | | 18-24% | | | | |
| <i>Parkit</i> | X | | | | | |
| <i>Turo</i> | 10-40% | | | | | |
| <i>Sammevei</i> | | 20 % | | | | |
| <i>SeaShare</i> | 16 % | 6 % | | | | |
| <i>Uber</i> | 20-25% | | | | | |
| <i>Vileier</i> | | X | | | | |
| <i>Cowedo</i> | X | | X | | X | |
| <i>Equiconnector</i> | 5 % | | | | 299kr/mnd | |
| <i>Fluito</i> | | 5 % | | 20kr | | |
| <i>Minsmåjobb</i> | | | 39-355kr | | | |
| <i>Boligbytte/HomeExchange</i> | | | | 0,1-1£/GP | | 150\$/årlig |
| <i>Homelink</i> | | | | | | 1000kr/årlig |
| <i>Fjong</i> | | | | | | 590-1350kr/mnd |

Figur 14 Inntektsstrømverdi

Ettersom det er få selskaper som krever medlemskap eller transaksjonsgebyr, og at ikke alle oppgir eksakt sum, er datagrunnlaget for beregning av gjennomsnitt ikke tilstede. Derfor beregnes ikke gjennomsnitt av det spesifikke gebyret som kreves i inntektsstrømmene transaksjonsgebyr og medlemskap. Derimot viser figur 14 at det kun er ett selskap, Minsmåjobb, som benytter kun transaksjonsgebyr, og to selskap, Homelink og Fjong, som benytter bare medlemskap.

5.2.2 Forskningsfunn vurdert mot teoretisk rammeverk

Delkapittelet presenterte vurderinger av resultatene i lys av oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm. Som beskrevet i delkapittel 2.2 fant ikke litteratursøket et godt nok egnet teoretisk rammeverk til gjennomførelsen av undersøkelsen til oppgaven. Av den grunn måtte oppgaven tilpasse to teorier om inntektsstrøm og gjøre det mest mulig gjeldene for oppgaven. Samtidig tilhører Osterwalder og Pigneur (2010) sin teori, tradisjonell økonomi, mens Curtis

og Mont (2020) sin teori er for plattformer innenfor delingsøkonomi. Nærmere sagt er de begge for forretningsmodell, og benytter elementet inntektsstrøm som en del av forretningsmodellene sine. Med andre ord er ikke teoriene direkte utformet for å undersøke inntektsstrøm hos delingsøkonomiselskaper som opererer med en markeds plass P2P slik oppgaven gjør. Likevel er teoriene gode nok til å besvare oppgavens undersøkelsesspørsmål. Kombinasjonen av teoriene dekker et bredt spekter av ulike måter et selskap kan skape inntjening. Resultatet er derfor et teoretisk rammeverk med 13 ulike former for inntektsstrømmer som presentert i delkapittel 2.2. Av de 13 ulike inntektsstrømmene, har selskapene i utvalget kun benyttet seg av tre, der kommisjon er dominerende. På grunn av at medlemskap og transaksjonsgebyr blir benyttet så lite, og ofte i kombinasjon med kommisjon kunne en nesten vurdert det som at kommisjon er det eneste aktuelle inntektsstrøm for et delingsøkonomiselskap. Minsmåjobb har utviklet en prismodell der transaksjonsgebyret følger et intervall av prisen på arbeidet. En slik modell er å anses som transaksjonsgebyr. Samtidig kan en argumentere at det er en slags kommisjon ettersom transaksjonsgebyret ikke er flatt og konstant. Kun et selskap har en flat transaksjonsgebyr og det er Fluito. Likevel er det flate transaksjonsgebyret på 20kr, og er i tillegg til en kommisjon på 5%. Det antas at et selskap ikke har en bærekraftig inntjening ved å kun ta 20kr per transaksjon, derfor må de trolig kombinere med kommisjon. Det skal sies at et så lavt transaksjonsgebyr som 20kr kunne vært tilstrekkelig med forutsetning at brukermassen er enorm. I utvalget benytter de to største aktørene Airbnb og Uber kommisjon. Oppgaven drøfter i delkapittel 5.4 mulige årsaker til hvorfor selskapene velger kommisjon. Det er uansett naturlig å tro at slike store selskaper har gjort grundige analyser og undersøkelser for hva som er den eller de mest optimale inntektsstrømmen(e).

Resultatene fra utvalget viser at selskapene velger tre inntektsstrømmer med et dominerende fokus på kommisjon. Ettersom oppgavens teoretiske rammeverk presenterer tretten ulike inntektsstrømmer gir resultatene et inntrykk at teorien ikke er tilpasset utvalget. Et slikt resultat kan bety at teorien presenterer for mange inntektsstrømmer. Funnene i oppgaven viser at det er variasjoner innenfor kommisjon. Variasjonene hos utvalget er hvor mye kommisjon selskapene tar og fra hvem de krever det. Disse aspektene og nyansene er ikke beskrevet i teorien. En viktig merknad er at oppgaven har fokusert på markedsplattform P2P. Ved å undersøke andre type markedsplattformer som B2P, P2B eller B2B kan flere type inntektsstrømmer være aktuelle. Samtidig er det som nevnt tidligere i oppgaven at studier på det finansielle til delingsøkonomiselskaper, og hvordan de tjener penger er mangelfull (Klarin

& Suseno, 2021; Ritter & Schanz, 2019). Derfor, med bakgrunn i forskningsfunnene til oppgaven og blant annet Klarin & Susesno (2021) og Ritter & Schanz (2019), fremstår tilgjengelig eksisterende teori om valg av inntektsstrøm hos delingsøkonomiselskaper lite detaljert og nyansert.

5.2.3 Besvarelse undersøkelsesspørsmål 2

Delkapittelet har analysert resultatene til undersøkelsesspørsmål 2, og gir med det grunnlag for besvarelse av: *Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?*

Selskapene i utvalget velger tre ulike inntektsstrømmer. Den mest dominerende inntektsstrømmen er kommisjon. 23 av 28 selskaper velger kommisjon som inntektsstrøm, og det utgjør 82% av utvalget. Gjennomsnittlig kommisjonsandel er 14.1% som selskapet krever for drift av sin markeds plass av brukeren. De to andre inntektsstrømmene, medlemskap og transaksjonsgebyr er benyttet av et klart fåtall. 18% (5 av 28) av selskapene velger medlemskap, og 14% (4 av 28) velger transaksjonsgebyr. 4 selskaper benytter en kombinasjon av flere inntektsstrømmer.

Forskningsfunnene på hvilke inntektsstrømmer selskapene i utvalget velger er i kontrast til oppgavens teoretiske rammeverk for inntektsstrøm. Det teoretiske rammeverket presenterer 13 ulike inntektsstrømmer, mens det kun tre er identifisert i utvalget med et klart dominerende fokus på kommisjon. I tillegg er det observert at beskrivelsen av kommisjon mangler dybde og nyanser innenfor delingsøkonomi. Et slikt funn er i tråd med hva andre forskere også har påpekt at forskning på det finansielle hos delingsøkonomiselskaper er mangelfull.

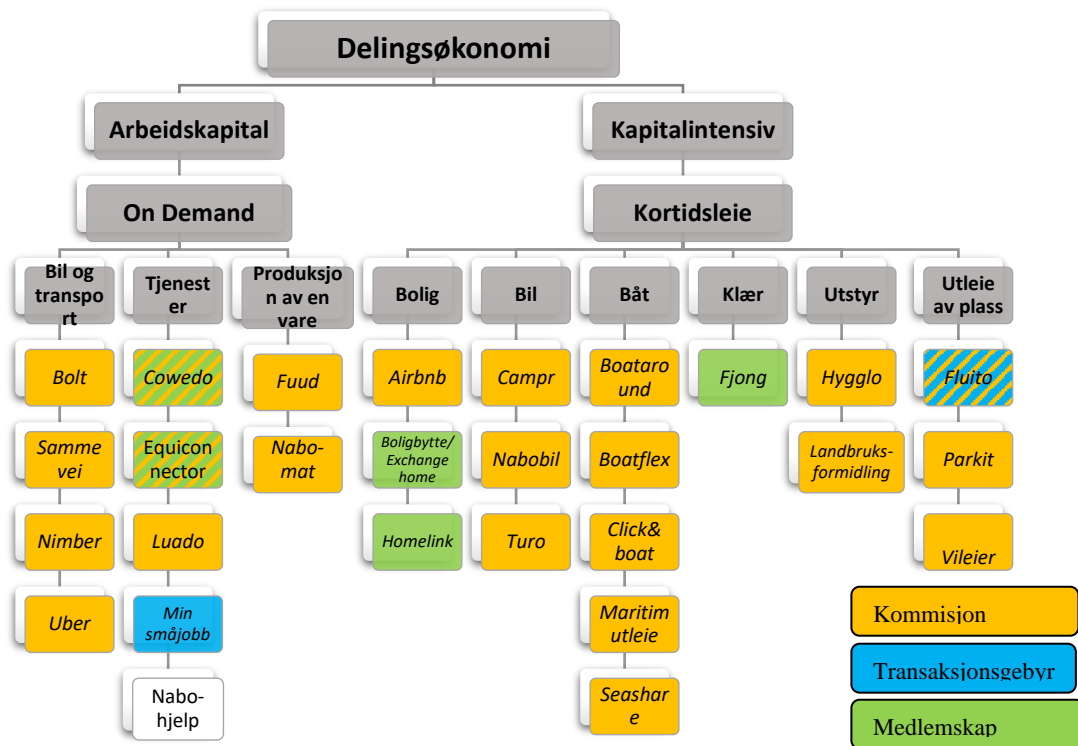
5.3 Undersøkelsesspørsmål 3: Variasjoner mellom selskapene

Delkapittelet presenterer besvarelse av tredje undersøkelsesspørsmål: *Hvilke variasjoner i inntektsstrømmen er det mellom selskapene innenfor delingsøkonomi?* Besvarelsen vurderer to aspekter for utvalget. Først analyseres kategoriseringsverktøy som oppgaven presenterte i delkapittel 4.3. Deretter analyseres selskapenes valg av inntektsstrøm vurdert mot hverandre ved hjelp av kategoriseringsverktøyet. Analysen vil gi svar på hvilke variasjoner det er mellom selskapene om hvilke inntektsstrømmer de velger. Til slutt besvares undersøkelsesspørsmål 3 basert på forskningsfunnene

5.3.1 Kategoriseringsverktøyet

Rammeverktøyet for kategorisering av delingsøkonomiselskaper var ikke ansett som optimalt for oppgaven. Av den grunn er oppgavens teoretiske rammeverk for kategorisering en kombinasjon av ulike rammeverk. Figur 15 presenterer kategoriseringen av selskapene i

utvalget med fargekoder etter hvilken inntektsstrøm de har valgt. Fargekodingen bidrar til en oversiktlig presentasjon av valgt inntektsstrøm til selskapene i de ulike kategoriene.



Figur 15 Kategorisering av P2P plattformer som opererer i Norge

Rammeverket i figur 15 er et resultat av en innholdsanalyse om hvert selskap.

Innholdsanalysen muliggjorde kategorisering av selskapene basert på likhetstrekk og teorien som presentert i delkapittel 2.3. For å besvare problemstillingen til oppgaven er det ansett som nødvendig å kategorisere selskapene illustrativt for å analysere hvilke likhetstrekk det er mellom selskapene sine valg av inntektsstrøm. Kategoriseringen presentert i figur 15 er optimal for sammenligning av selskapene i utvalget. Derimot vil kategoriseringen trolig ikke være tilsvarende gjeldende for andre studier. Årsaken er at kategoriseringen er spesialutformet med bakgrunn i utvalget til oppgaven. Likevel er kategoriseringen fleksibel, og kan derfor heller være et utgangspunkt for andre kategoriseringer. Oppgaven har valgt å gjøre det på den måten fordi intensjonen med kategoriseringen er å besvare problemstillingen på en best mulig måte.

5.3.2 Variasjoner mellom selskapene

Delkapittelet benytter rammeverket presentert i figur 15 for å analysere variasjonene av hvilke inntektsstrømmer selskapene i utvalget benytter.

Inntektsstrømmen kommisjon er dominerende. Den er så dominerende at det nesten ikke er variasjoner mellom selskapene. I fem av ni kategorier har selskapene utlukkende valgt

kommisjon som inntektsstrøm. Med unntak av kategorien *klær*, som har et selskap Fjong har samtlige kategorier i rammeverket et eller flere selskaper som benytter kommisjon. Et slik funn er sannsynlig siden 23 av 28 selskap i utvalget benytter kommisjon som inntektsstrøm. Selv om figur 15 gir inntrykk av få variasjoner, er det fremdeles noen variasjoner som kan trekkes frem.

I tjenestekategorien *bolig* under kapitalintensiv er det tre selskaper, Airbnb, Boligbytte og Homelink. Boligbytte og Homelink tilbyr tilsvarende tjenester, et nettverk som tilrettelegger for at privatpersoner kan bytte hus for en kortere periode med hverandre. Begge selskapene har valgt medlemskap for inntektsstrøm. Som utleier tjener en ikke penger på å bytte hus. Et medlemskap hos selskapene gir tilgang til nettverket med ubegrenset antall bytter i løpet av et år. Airbnb, derimot, tilrettelegger for at privatpersoner kan leie ut boligen sin, og tjener penger på det. Selskapene har både forskjellig strategi og ønsket segmentgruppe. Forskjellig valg av inntektsstrøm fremstår derfor som naturlig.

Under arbeidskapital er kategorien *tjenester* den som har størst variasjon mellom selskapene. Av fem selskaper er det to selskaper som har valgt en kombinasjon, ett selskap har valgt kommisjon, ett selskap er gratis og ett selskap har valgt medlemskap. Kategorien tjenester er en samlebetegnelse på flere selskaper som tilbyr ulike tjenester, selv om det de faktisk tilbyr er stor variasjon på vurdert mot hverandre. På grunn av de store ulikhetene mellom selskapene kunne kategorien eksempelvis være omtalt som *diverse*. Samtidig har de en ting til felles, de tilrettelegger for at personer kan yte et arbeid eller en tjeneste for andre. Det kan derfor tenkes at en spredning på valg av inntektsstrøm er naturlig. Likevel tilbyr to av selskapene tilsvarende tjenester. Luado og Minsmåjobb tilrettelegger for at privatpersoner kan utføre enkle tjenester, ofte knyttet til oppussing og oppgaver i hjemmet. Luado har valgt kommisjon, mens Minsmåjobb har valgt transaksjonsgebyr. Minsmåjobb har forhåndsbestemt servicegebyret som plattformen krever i forhold til total prisen for arbeidet. I henhold til teorien presentert i delkapittel 2.2 blir servicegebyret som Minsmåjobb krever identifisert som transaksjonsgebyr. Samtidig er servicegebyret forhåndsbestemt innenfor intervaller av total pris for arbeidet. Servicegebyret følger en tilsvarende økning som total prisen for arbeidet. Med andre ord er det en slags kommisjon. Det vil si at selv om kategoriseringen presenterer at Minsmåjobb og Luado velger forskjellige inntektsstrømmer, har de samtidig likheter. Dette er et godt eksempel på at de analytiske skillene for inntektsstrømmer for delingsøkonomiselskaper er uklare, og således er det gråsoner mellom hvordan selskapene faktisk opererer og eksisterende teori om inntektsstrøm.

Selskapene som kombinerer inntektsstrømmer tilbyr forskjellige tjenester. Selskapene Fluito, Equiconnector og Cowedo tilbyr henholdsvis utleie av båt plass, hestetjenester og bytter delingsøkonomiplattformer for selskaper. Felles for selskapene er at de alle har valgt kommisjon som en av inntektsstrømmene. Figur 14 i delkapittel 5.2.1 presenterer de spesifikke verdiene selskapene krever. Fluito krever 20 kr i transaksjonsgebyr og Equiconnector krever medlemspris på 299,-/mnd. Dette er hva de krever i tillegg til kommisjon. Felles for de er at medlemskapet og transaksjonsgebyret er relativt lave verdier. Siden beløpet er et fast beløp har selskapene også valgt kommisjon som øker verdien selskapene tjener per transaksjon.

5.3.3 Bevarelse undersøkelsesspørsmål 3

Delkapittelet har analysert resultatene til undersøkelsesspørsmål 3, og gir med det grunnlag for besvarelse av: *Hvilke variasjoner i inntektsstrømmene er det mellom selskapene innenfor delingsøkonomi?* Med en så dominerende inntektsstrøm som kommisjon blir variasjonene mellom selskapene nesten fraværende. De fleste selskaper velger kommisjon som inntektsstrøm. Dette undergraver variasjonene i inntektsstrømmene mellom selskapene innenfor delingsøkonomi.

5.4 Hva betyr funnene?

Til tross for at oppgavens problemstilling er beskrivende, er det likevel interessant å undersøke hvorfor kommisjon er en så dominerende inntektsstrøm hos delingsøkonomiselskaper. Delkapittelet drøfter mulige årsaker til hvorfor kommisjon benyttes, og utfordringer det kan gi selskapene. Forutsetning for drøftingen er at selskapene har som mål og visjon om å tjene mest mulig penger, eller øke markedsandelen deres. På grunn av plassbegrensning er drøftingen kortfattet.

5.4.1 Hvorfor velger delingsøkonomiselskapene kommisjon

Delkapittelet drøfter to fordeler med bruk av kommisjon. Det første er at det ikke foreligger en forpliktelse i forkant av en transaksjon. Det andre er at kommisjon er fleksibel for endring i henhold til bedriftens strategi.

En utfordring selskaper innenfor delingsøkonomi ofte har, er når hverken tilbyder eller forbruker vil knytte seg til plattformen (Sethi, Biswas, & Balodi, 2021). Utfordringen er altså å både skaffe tilbydere og forbruker samtidig. Kumar et.al (2018) hevder at ved å velge kommisjon kan tilbydere og forbrukere «lokkes» enklere til plattformen, enn ved bruk av andre inntektsstrømmer (Kumar, Lahiri, & Dogan, 2018). Det skjer ingen utbetaling til plattformen før selve transaksjon har skjedd. Det hevdes at terskelen for å benytte seg av

plattformen blir lavere hos både tilbyder og forbruker når det ikke foreligger en forpliktelse i forkant (Kumar et al., 2018). For tilbyder er det ingen risiko i forkant av en transaksjon ettersom det ikke er en forpliktelse til å levere en tjeneste eller et produkt før transaksjonen har skjedd. For forbrukeren er det heller ingen risiko ettersom det ikke foreligger en økonomiskforpliktelse før forbrukeren har forsikret seg at tjenesten eller produktet gir ønsket verdi. Til motsetning kan det være en større terskel å knytte seg til månedlig betaling eller andre forpliktelser før en vet om plattformen gir ønsket verdi.

I et strategiperspektiv fremstår kommisjon som en fleksibel inntektsstrøm. Inntektsstrømmen er et verktøy som gir mange variasjonsmuligheter, blant annet endring i størrelse på kommisjonen, og fra hvem den kreves av. Lave eller ingen kommisjonsgebyrer kan være gode incentiver for å tiltrekke seg tilbydere og forbrukere til plattformen (Ritter & Schanz, 2019). Dette er dog en kortsiktig plan for å oppnå mange tilbydere og forbrukere, med andre ord markedsandeler (Guo, Chen, Zhou, & Geng, 2020). Zimmerman et.al (2018) påstår at tosidige markeds plasser som P2P, kan skape størst fortjeneste i et balansert marked. Med et balansert marked mener de at tilbydere og forbrukere er i balanse (Zimmermann et al., 2018). Realiteten er trolig at slike stadier er vanskelig å skape. Derfor er det viktig å velge en effektiv prisstrategi i henhold til markedssituasjonen til delingsøkonomiplattformen (Guo et al., 2020). Prising er et essensielt verktøy for samsvare med levering og supplering, herunder forstått som tilbydere og forbrukere i en P2P plattform (Benjaafar & Hu, 2019; Ye et al., 2018). Innenfor dynamisk prising er det nettopp dette blant annet Uber og Airbnb gjør, men de har forskjellige metoder (Leoni & Nilsson, 2021). Uber sin metode er at hvis etterspørsel er høy i et område, og ved et spesifikt tidspunkt, så vil prisene stige, samtidig som de endrer kommisjonsgebyret for å gjøre det mer attraktivt å være en tilbyder. Til motsetning har Airbnb utarbeidet en algoritme som foreslår en mulig salgspris tilbydere kan kreve for utleie av boligen for å øke sannsynligheten for reservasjon. Likevel er det tilbydere som til slutt bestemmer og aksepterer utleiepris (Leoni & Nilsson, 2021).

Et annet aspekt angående hvorfor selskapene velger kommisjon er muligens fordi de etterligner hverandre. Hvis et selskap er i oppstartsfasen er det naturlig å tenke at de undersøker hvordan andre etablerte selskaper opererer. Som oppgaven har vist velger de mest etablerte selskapene, som Uber og Airbnb kommisjon. Samtidig har begge disse selskapene utformet sin egen algoritme for dynamisk prising som styrker muligheten for inntjening (Leoni & Nilsson, 2021). Som oppgaven har nevnt flere ganger er det mangelfull forskning på

inntektsstrømmer til delingsøkonomiselskaper. Manglende forståelse, og eller kreativitet for ulike inntektsstrømmer kan være en årsak til hvorfor selskaper etterligner hverandre.

Oppsummert så foreligger det ikke en forpliktelse i forkant av en transaksjon hvis selskapene benytter kommisjon, og kommisjon fremstår som fleksibelt i henhold til selskapets strategi. Slike gunstige virkemidler tilknyttet kommisjon fremstår som sterke faktorer til hvorfor så mange delingsøkonomiselskaper benytter seg av inntektsstrømmen.

5.4.2 utfordringer med kommisjon

Inntektsstrømmen kommisjon har flere utfordringer. Delkapittelet presenterer fire utfordringer og hensyn som bør tas i betraktning når kommisjon benyttes.

For det første må selskapet evne å skape en stor nok verdi for tilbyder og forbruker slik at de ikke ønsker å droppe mellompersonen som i dette tilfellet er plattformen. Optimal kommisjon må være slik at tilbyder ikke kan tjene mer penger om den handler direkte med kunden selv når «matching» ikke er et problem (Weber, 2014).

For det andre påvirkes kjøpeatferden av hvordan kommisjon presenteres i oppgitt pris på plattformen. Skal servicegebyret være inkludert i totalprisen for produktet eller tjenestene som reklameres, eller skal den legges til ved utsjekk og betaling? Det vil si, ønsker en å være konkurransedyktig og «lokke» med lav pris for tjenesten eller produktet, for senere å legge til servicegebyret ved utsjekk? Eller skal tjenesten oppgi den faktiske totalprisen for tjenesten eller produktet slik at det ikke kommer som en overraskelse, og mulig irritasjon? Det er slike spørsmål en bedrift må stille seg, og med det gjøre en analyse på hva som vil være mest hensiktsmessig med tanke på omsetning eller markedsandel. Det finnes forskning på forbrukeratferd og det psykologiske, samtidig eksisterer det ingen fasit på hva som er mest hensiktsmessig.

For det tredje er ikke tilbyder ansatt i selskapet og kan dermed ikke tvinges til å jobbe. Dette skaper blant annet to utfordringer. Det er utfordrende å forutse omsetning og inntjening. Siden tilbyder ikke har et ansettelsesforhold til selskapet som eier plattformen, jobber tilbyderen når det passer den, og kan ikke tvinges av selskapet. I motsetningen til medlemskap som skaper en månedlig inntekt så vil inntjening fra kommisjon først skje etter transaksjonen er gjort (Kumar et al., 2018). Den andre utfordringen er som nevnt i forrige delkapittel, sørge for å ha nok tilbydere tilgjengelig når etterspørselen fra forbrukerne er høy. Uber har løst det med sin dynamiske prisingsmodell som eksempelvis øker salgsprisen, og senker kommisjonsgebyret

som kreves fra tilbydere. Dette øker incentivet av å være sjåfør, eksempelvis på ugunstige tidspunkt som etter klokken 01:00 i helgen (Leoni & Nilsson, 2021).

For det fjerde bør selskaper skaffe seg flere unike inntektsstrømmer, og ikke basere inntekten på kun en inntektsstrøm. Lazcko et.al (2019) hevder at delingsøkonomiselskapene sin manglende forståelse for viktigheten av flere inntektsstrømmer er en årsak til konkurser (Laczko et al., 2019).

5.5 Bransjespesifikk og forslag til videre forskning

En av intensjonene til oppgaven var å gjøre oppgaven relevant og anvendbart for næringslivet i Norge, både for eksisterende selskaper og for de som vurderer å starte et selskap. Funnene i oppgaven kan være interessante for strategiarbeidet knyttet til valg av inntektsstrømmer. I tillegg har oppgaven oppdaget at den spådde utviklingen til delingsøkonomi muligens ikke er så omfattende og lukrativ som det gjerne ble spådd i 2016/2017. Det kan være annerledes for andre type delingsøkonomiplattformer enn P2P.

Det som er spennende med delingsøkonomi er at selv om det nå har eksistert i mange år, er det fremdeles i utvikling. Flere fagområder innenfor delingsøkonomi fortjener mer forskning. Med utgangspunkt i oppgaven fremtrer spesielt to forskningsspørsmål som interessante å undersøke videre.

Selskaper som opererer med andre type markedsplasser, som B2P, B2B og P2B, bør undersøkes tilsvarende som denne oppgaven har gjort. Et interessant spørsmål som har dukket opp i arbeidet med oppgaven er om det er mer populært og enklere å tilby andre typer markedsplasser som P2B, B2P og B2B?

Oppgaven har presentert at kommisjon er dominerende. Derfor bør det undersøkes hvorfor, og hvordan selskaper bestemmer valg av inntektsstrømmer, med fokus på hvorfor kommisjon er så dominerende.

6. Konklusjon

Oppgavens intensjon var å besvare problemstillingen: *Hvilke inntektsstrømmer velger selskaper innenfor delingsøkonomi?* Kapittel 4 presenterte resultatene fra datainnsamlingen av utvalget til oppgaven, og kapittel 5 analyserte resultatene og besvarte oppgavens tre undersøkelsesspørsmål. Det gir grunnlag for følgende besvarelse av problemstillingen. Selskapene i utvalget velger tre ulike typer inntektsstrømmer. Den mest dominerende er kommisjon og velges av 23 av 28 selskap. Selskapene krevde i gjennomsnitt 14,1% kommisjon for hver transaksjon som gjennomføres på deres plattformer. Kommisjonen kreves både fra tilbyder og forbruker, samt i kombinasjon med hverandre. Likevel er det et klart flertall av selskapene som krever servicegebyret fra tilbyder. De to andre inntektsstrømmene, transaksjonsgebyr og medlemskap, opptrer mer sporadisk og uten et mønster, og noen ganger i kombinasjon med kommisjon. Samtidig er det observert at varierende transaksjonsgebyr også kan anses som kommisjon, noe som underbygger gråsonene og at det ikke alltid eksisterer like klare skiller i virkeligheten slik som teori presenterer.

Oppgaven har identifisert tre inntektsstrømmer som benyttes av utvalget mot 13 forskjellige inntektsstrømmer som teorien presenterer. Det fremstår som et gap mellom hva selskapene velger og hva teorien presenterer. Dette funnet underbygger inngangsvinkelen til oppgaven at forskning knyttet til inntektsstrøm på delingsøkonomiselskaper er mangelfull.

Selskapene i utvalget og valgene deres av inntektsstrømmer er et øyeblikksbilde, som vil si at strategivalgene til selskaper kan endre og utvikle seg i fremtiden. Oppgaven hadde til hensikt å kartlegge samtlige delingsøkonomiselskaper innenfor P2P som opererer i Norge. Det er ikke mulig å bekrefte i hvilken grad oppgaven har oppnådd dette. Likevel er selskapene i utvalget varierende i form av alder, omsetning, kundemasse og publisitet. Selskapene er også innenfor en rekke områder. Derfor anses utvalget som representativt for populasjonen og gir grunnlag for generalisering av funnene til oppgaven.

7. Vedlegg

Vedlegg 1 - Litteratursøk

| Referanse | Tittel | Kort oppsummering av artikler -Hvordan anvender de forretningsmodell i delingsøkonomi og tradisjonell økonomi |
|---------------------|---|---|
| Reuschl et.al, 2021 | <i>Value configurations in sharing economy business models</i> | Artikkelen bruker teoretisk og case-eksempel for å analysere systemdesign av verdiskapning og verdikapring til delingsbasert forretningsmodeller. De argumenterer for (1) customization og stadarization og (2) Fordeling av eierrettighet, sentralisering eller particularization er spesielt sentralt for verdiskapning og verdikapring til forretningsmodeller innenfor delingsøkonomi. |
| Sanasi et.al, 2020 | <i>Making sense of the sharing economy: a business model innovation perspective</i> | Artikkelen påstår at det ikke finnes en universell forretningsmodell for delingsøkonomi. Det er en istedenfor utallige konfigurasjoner av verdikapring, verdiskapning og verdilivering. Konfigurasjonene er et resultat av kombinasjoner av faktorer som er uavhengig av referanseindustrien. |
| Ramdani et.al, 2019 | <i>Business model innovation: a review and research agenda</i> | Artikkelen har analysert 219 artikler, og har laget et teoretisk rammeverk for innovative forretningsmodeller. Deres rammeverk er basert på arbeidet til Johnson et.al 2008 og Zott&Amit 2010, og integrerer alle elementer som kan vurderes i en alternativ forretningsmodell. Med alternativ forretningsmodell menes det at rammeverket fokuserer på områder innenfor innovasjon og hvordan en alternativ forretningsmodell kan utforskes. Rammeverket fremhever fire områder: verdiforslag, operasjonell verdi, menneskelig kapital og finansiell verdi. Noen av elementene til rammeverket innenfor de fire områdene er tilsvarende som presenteres i rammeverker basert på verdiforslag, verdiskapning & verdilivering og verdikapring. |
| Curtis&Mont 2020 | <i>Sharing economy business models for sustainability</i> | De foreslår et rammeverktøy for forretningsmodell innenfor delingsøkonomi for bærekraft. De studerte 68 artikler, og brukte en morfologisk analyse for å finne egenskaper som utgjør forretningsmodellen for bærekraft. Fordi de påstår at forretningsmodellen er en gjengivelse/representasjon av valg og attributter som en organisasjonen gjør som viser måten de gjør forretning på. De fremstiller forretningsmodell på tre dimensjoner som tradisjonelle forretningsmodell, men unnviker de tradisjonelle forretningsmodellen ved å foreslå «Value Facilitaition» istedenfor «Value Creation». Ellers benytter de «Value Delivery» og «Value Capture». For attributter til inntektsstrøm foreslår de: Transaksjons gebyr, kommisjon, Abonnementsavgift, medlemskap, reklame, "data mining", sponsor, donasjoner, offentlig eller privat prosjektdonasjon. |
| Ciulli&Kolk, 2019 | <i>Business model innovation and socio-technical transitions. A new prospective framework with an application to bike sharing</i> | De studerte hvordan etablerte bedrifter endrer forretningsmodellene sine for å tilpasse seg til delingsøkonomi, samtidig ser artikkelen også på konsekvensene av tilpassingen i et miljø, sosialt og økonomisk verdiskapningsperspektiv. Bedriftene er studert basert på et foreslått forretningsmodell rammeverk som de har laget. De påstår at selv om Osterwalder og Pigneur (2010) er den mest brukte, så benytter de istedenfor en enklere modell som er brutt ned fra de 9 byggeblokkene til Osterwalder og Pigneur (2010) til 4; "Business infrastructure", Customer interface", "Value proposition", og " Financial model". Samtidig har de justert de fire blokkene i forretningsmodellen for å gjøre den anvendbar i konteksten, deling. De la til: "Sharing business model developer", "Sharing business model co-creator" og "Sharing business model integrator". |
| Mont et al., 2020 | <i>A decade of the sharing economy: Concepts, users, business and governance perspectives</i> | Artikkelen presenter litteratursøk på delingsøkonomi innenfor fire områder, der ett område er eksisterende forskning på Forretningsperspektiv til delingsøkonomi med fokus på forretningsmodell og praksis. De gjengir 7 artikler de har analysert i det perspektivet uten å nevne inntektsstrøm nevneverdig. |

| <i>Referanse</i> | <i>Tittel</i> | <i>Kort oppsummering av artikler -Hvordan anvender de forretningsmodell i delingsøkonomi og tradisjonell økonomi</i> |
|--------------------------------|---|--|
| <i>Ritter&Schanz, 2019</i> | <i>The sharing economy: A comprehensive business model framework</i> | Artikkelen har studert 131 artikler og foreslår et omfattende konseptuelt rammeverk for delingsøkonomi der de klassifiserer fire ideale markedssegmenter; "Singular transaction models", "subscription-based models", "Commission-Based platforms", og "Unlimited platforms". De fire markedssegmentene er et resultat av kombinerende analyse av litteratur på forretningsmodeller tilhørende verdifangst, verdi skapning og levering, og verdiforslag som skaper en fire felt matrise/(Matrix) som er deres foreslåtte rammeverk. De drøfter hvor inntektsstrømmene kan plasseres på X-aksen i rammeverket deres med polarisering av utility bound på en side, og utility unbound på andre side. |
| <i>van Waes et al., 2018</i> | <i>Business model innovation and socio-technical transitions. A new prospective framework with an application to bike sharing</i> | De presenterer et overgangsrammeverk med hensikt for å øke forståelsen på hvordan forretningsmodeller innenfor delingsøkonomi utvikler seg, med et spesielt fokus på mekanismene knyttet til oppskalering/vekst. De benytter Johnson et. al 2008 sine fire områder for forretningsmodell; "Value proposition", "profit formula", Key processes", "Key Resources". I tillegg følger de Zott og Amit (2012) sitt syn at forretningsmodell innovasjon kan oppstå ved å legge til nye aktiviteter eller endre hvem som gjennomfører aktiviteten. De analyserer forretningsmodellen til 4 ulike sykkelselskap i Nederland basert etter en typologi av plattformer til sykkelselskaper, men går ikke spesielt i detalj på inntektsstrøm. I fotnote ved valg av forretningsmodell påstår de at Osterwalder og Pigneur(2010) presenterer en mer detaljert forretningsmodell, men argumenterer for at Johnson et.al 2008 er tilfredsstillende for deres undersøkelse. |

Vedlegg 2 – Søk i Atekst/retriver

Søk gjennomført 11.08.2021 med søkeord: delingsøkonomi. 576 treff definert med tidsperiode siste tre år.

☰ **Retriever** RESEARCH **ATEKST** RD RELATION DESK

KILDER
Alle kategorier ▼

TIDSPERIODE
Siste 3 år ▼

🔍 SØK 🗨️ 🔗
Søkemuligheter ▼ Boolsk søk 🔑

Vis lignende artikler

Inkluder artikler med leseforsinkelse

NULLSTILL FILTER

📅 **DATO**


| | |
|------|-----|
| 2021 | 102 |
| 2020 | 179 |
| 2019 | 273 |
| 2018 | 64 |


TEMA

| | |
|-----------------------|-----|
| Økonomi og næringsliv | 319 |
| Politikk | 60 |
| Natur og miljø | 55 |
| Arbeidsliv | 44 |
| Fritid | 39 |

0 ▼ 📄 📧 🔗
Valgte ▼ Lagre ▼ E-post ▼ Les ▼ Visning ▼

576 treff (618 inkl. lignende) Sortér etter: Nyeste først ▼

Sosial dumping er ikke å tenke nytt
📄 ✓ Dagsavisen | 19. mai 2021 | side 29 | 408 ord
Det har ikke noe med **delingsøkonomi** å gjøre, men er snarere en delmulene-økonomi. 

- Har solgt mer av alt
📄 ✓ Moss Avis | 15. mai 2021 | side 9 | 527 ord
Dette er en form for **delingsøkonomi**, som sparer både miljø og lommebok til forbruker, forteller Ilstad. 

< 1 2 3 4 5 ... > » 20 per side ▼

Vedlegg 3 – Initialutvalget med begrunnelse for ekskludering

| Selskaper | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|----------------------------------|---|----------------------|--|
| <i>10X Construction</i> | Deling av teknologi og kunnskap | (tom) | Datterselskap av i4. Drives av bedrift, ikke plattform |
| <i>Airbnb</i> | Personer tilbyr private rom eller leiligheter for leie. | Ja | (tom) |
| <i>Annenhveruke</i> | Leie av rom/leilighet annenhver uke | (tom) | Nettsiden fremstår som avvirket. Nettsiden er ikke tilgjengelig, og det har ikke vært aktivitet på facebook-kontoen siden 2019. http://www.annenhveruke.no/ |
| <i>Any road</i> | (tom) | (tom) | Bedrift til bedrift plattform for deling av persondata |
| <i>Avamera</i> | Utleie av private biler | (tom) | Foretak meldt oppløst: https://www.regnskapstall.no/kunngjoringer-for-avamera-as-105292378S0 |
| <i>Bidra</i> | (tom) | (tom) | Crowdfunding inkluderes ikke i oppgaven da den ikke deler en ressurs eller tjeneste. |
| <i>Bideleringen</i> | Bidelingstjenesten i Bergen med husstander og bedrifter som medlemmer | (tom) | Bedrift til person |
| <i>Bilkollektivet</i> | Bilpool for husstander og bedrifter som er andelseiere | (tom) | Non-profit organisasjon som gjør at alle medlemmer "eier" litt biler, samtidig er det et firma som leier ut, anses som B2P og ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Bløppis</i> | (tom) | (tom) | Bruktmarked, de overfører rettighetene av et produkt gjennom å tilby loppemarked. |
| <i>boataround</i> | Amerikansk plattform for deling av båt. | Ja | (tom) |
| <i>Boatflex</i> | Båtformidlingstjeneste hvor privatpersoner kan leie seilbåter og annet av hverandre | Ja | (tom) |
| <i>Boligbytte/HomeExchange</i> | (tom) | Ja | (tom) |
| <i>Bolt</i> | Akkurat som Uber | Ja | (tom) |
| <i>bookis</i> | Deling/kjøp/salg av bøker | (tom) | Kjøp og salg av bøker, dvs overføring av rettigheter og inngår derfor ikke inn i delingsøkonomidefinisjonen valgt for oppgaven. |
| <i>Bua</i> | Sport og fritidsutstyr med gratis utlånsordning | (tom) | Gratis utlån av sport og friluftsutstyr støttet av bedrifter og staten og inngår derfor ikke i delingsøkonomidefinisjonen valgt for oppgaven. |
| <i>Bybilen</i> | Bidelingstjeneste | (tom) | Bidelingstjeneste levert av Vy, altså B2C og inngår derfor ikke i delingsøkonomidefinisjonen valgt for oppgaven. |
| <i>Byline Me</i> | Oppdragsgivere kommer i kontakt med frilansere, foreleggere og merkevare | (tom) | B2B plattform for medieindustrien. https://no.linkedin.com/company/bylineme/ |
| <i>campr</i> | Utleie av utstyrt!?!? | Ja | (tom) |
| <i>Cando</i> | Plattform for utveksling av midlertidige småjobber | (tom) | Ikke vært aktivitet på nettsiden 2015. Finner ingen henvisninger, app eller antydninger til at dette samfunnet eksisterer i Norge. https://theworldcando.wordpress.com/ |
| <i>Champ</i> | (tom) | (tom) | Selskapet er mest sannsynlig avvirket. Finner ingen antydninger til aktivitet, og tidligere nettside sitt domene er til salgs: https://domains.ultradomains.com/domain/Champ.io/ |
| <i>Click&Boat</i> | Fransk plattform for deling av båt, 40-50 talls stk i Norge | Ja | (tom) |
| <i>Couchsurfing</i> | Overnattingstjeneste hvor medlemmene tilbyr gratis overnatting hos seg | (tom) | Det er ikke en økonomisk aktivitet. En betaler en medlemskapsavgift for å være en del av samfunnet/plattformen, men ellers er alt gratis. |
| <i>Cowedo</i> | (tom) | Ja | (tom) |
| <i>Den norske turistforening</i> | (tom) | (tom) | En bedrift, ikke P2P |
| <i>DIGS</i> | Oppstartssamfunn i Trondheim for selskaper | (tom) | En bedrift som tilrettelegger for oppstartsbedrifter men de har ingen plattform og tilrettelegger ikke for P2P |

| <i>Selskaper</i> | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|--|--|-----------------------------|---|
| <i>Din vaskehjelp</i> | Regjering av bygninger | (tom) | Selskap avviklet i 2020: https://dinvaskehjelp.no/?fbclid=IwAR2kFsZtOpPCodfwBcGKXr9dLklzO90YVrjDzVLKvOFpMCEbYSgt6JUAF0c |
| <i>Dokumenthandel</i> | (tom) | (tom) | Kjøp og salg av pensum/eksamen/forelesningsnotater. Anses ikke som delingsøkonomi med plattform P2P. |
| <i>Doogy</i> | Markeds plass for hundepassere og hundeeiere | (tom) | Salgsinntekt på 0 og 0kr i kostnader for 2019. Nettsted er stengt ned, og en finner ikke app i App Store, antas avviklet. http://www.doogy.no/ |
| <i>Easynb - key butler - Stay.plus</i> | Tjeneste som leier ut for privatpersoner på airbnb mens man selv er bortreist | (tom) | Selskapet er avviklet: https://w2.brreg.no/kunngjoring/hent_en.jsp?kid=20210000477636&sokeverdi=916689942 - konkurs |
| <i>Eat in common</i> | (tom) | (tom) | Avviklet i 2017: https://www.facebook.com/EatInCommon/ |
| <i>Ebby</i> | Lever mat fra etablerte kjeder hjem til privatpersoner | (tom) | Avviklet: https://ebby.no/ |
| <i>Engineer. It</i> | Knytter online arbeidskraft | (tom) | P2B bedrift. Plattform for å knytte ingeniører til jobber som skal gjøres mye billigere enn bemannings og rekrutteringsbyrå. |
| <i>Epla</i> | Tjeneste hvor man kan åpne sin egen nettbutikk | (tom) | Hjelper å starte en nettbutikk for salg av håndlagde, egenproduserte artikler. Ikke relevant for oppgaven siden det er overføring av eierrettigheter. https://epla.uservoice.com/knowledgebase/articles/731-hva-er-epla |
| <i>Equiconector</i> | Plattform for tjenester for privatpersoner knyttet til hester | Ja | (tom) |
| <i>Eventum</i> | (tom) | (tom) | En bookingløsning for utleielokaler fra bedrifter. Altså en B2B og B2P og anses ikke som relevant. Fra nettsiden fremstod det ikke som at privatpersoner kan vise til utleielokaler. |
| <i>eWork</i> | Tjeneste som formidler konsulter til oppdragsgivere | (tom) | Konsultformidler. Altså P2B, ikke relevant for oppgaven. https://www.eworkgroup.com/no/om-oss/ |
| <i>Finn småjobber</i> | (tom) | (tom) | Avviklet i 2019. https://hjelpesenter.finn.no/hc/no/articles/360006233740-FINN-sm%C3%A5jobber & https://shifter.no/finn-smajobber-finnno-jarle-naustvik/finno-gir-opp-markedet-for-smajobbing-definitivt-stort-nok-hevder-utfordrer/124121 |
| <i>Fira Oy</i> | (tom) | (tom) | Et Finsk konstruksjonsfirma |
| <i>Fjong</i> | Abonement gir tilgang til garderobeser for å leie og dele ut klær | Ja | (tom) |
| <i>Fleks</i> | Abonementavgift på bil hver måned | (tom) | Et selskap som tilbyr leie av biler over en lengre periode for månedspris og litt andre priser. Altså en B2P og ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Flexistore</i> | Nordens største lager, kan tydeligvis benyttes av private muligens? | (tom) | Tilrettelegger for minilagrings for privatpersoner. B2P altså ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Fluïto</i> | Lar båtfolk leie tomme båt plasser | Ja | (tom) |
| <i>FOLQ</i> | Markeds plass for konsulttjenester | (tom) | Et nettsted som tilrettelegger for at bedrifter skal finne konsulenter i små og mellomstore bedrifter, samt privatpersoner. Altså det blir B2P eller B2B og ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Foodora</i> | Tjeneste hvor man kan få mat levert hjem fra restauranter av foodoras sykkelbud | (tom) | En gråsoner, er de en delingsøkonomi? Eller er de et selskap som leverer mat og med det knytter mange restauranter i en plattform for å øke tilbudet til privatpersoner eller bedriftskunder? https://www.foodora.no/?ax=37151464936&tx=aud-474734757835:kwid-128078785769&ap=&dv=c&nt=g&mt=e&pm=1010921&pi=&cr=203493961867&fi=&bc=7513&gclid=Cj0KCQjwoj2JBhCRARIsAFG667X3_B51epGCK0q-PCiICAYjx9p3l-4R_KayKrdeXZOAEbGGWWS_UaAJFJEAALw_wcB |
| <i>Freska</i> | Renholdbestilling | (tom) | En bedrift som tilbyr renholdstjenester, ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Fuud - Sharenotwaste</i> | App som skal hindre matsvinn og gjøre det lettere å gi og kjøpe mat til overs | Ja | Gråsoner, men ettersom det er en tosidig handelsplattform med fokus på bærekraft, hindre matsvinn og oppmuntrer privatpersoner til å selge mat til andre er den inkludert i oppgaven. https://www.fuud.no/faq |
| <i>Gelato group</i> | Skybasert tjeneste som formidler trykkeritjenester | (tom) | En skybasert tjeneste som formidler trykkeritjenester med sine samarbeidsbedrifter, ikke relevant for oppgaven |
| <i>Glede</i> | (tom) | (tom) | En plattform som setter bedrifter i kontakt med kunder med at de kan gi gaver til hverandre. Gaver i form av cafe varer osv, altså ingen ting "deles" med gies, overfører rettighet på en cafevarer og vurderes derfor som ikke relevant for oppgaven. |
| <i>GoMore</i> | Samkjøringstjeneste hvor man kan få skyss med andre eller leie andres bil. | (tom) | Ikke tilgjengelig i Norge og derfor ikke inkludert i oppgaven. Foreløpig kun i Danmark og Sverige. |
| <i>Grabster</i> | Formidler hjemmelaget mat i Trondheim | (tom) | Nedlagt 2018. Medgrunder Magnus Tovsen Solheim sier årsaken er at de sleit med å finne en bærekraftig forretningsmodell. Kundene trengte lave priser, samtidig som at kokkene skulle sitte igjen med overskudd, og selskapet måtte selv sitte igjen med penger for å drifte plattformen. https://trd.by/aktuelt/2018/04/04/Mat-app-fra-Trondheim-legger-ned-16408011.ece |
| <i>Graphicq</i> | Grafiskdesign tjenester | (tom) | En plattform som tilrettelegger for kjøp av grafiske tjenester hos eksperter. Det er ofte bedrifter som benytter seg av slike tilbud, og ekspertene virker både å være frilansere og ansatt. En B2B/ B2P og anses derfor ikke som relevant for oppgaven. |
| <i>Haxi</i> | Tjeneste for deling av transport mellom passasjerer | (tom) | En nettside som reklamerer for samkjøring og forklarer fordel med det for grunnleggerne er opptatt av bærekraft. De formidler ingen tjenester gjennom en app, de bare informerer på en nettside. https://haxi.no/samkjoringsapper/ |

| <i>Selskaper</i> | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|----------------------------------|---|-----------------------------|---|
| <i>Heertz bilpool</i> | Bildelingstjeneste som tidligere het Oslo Bilpool. | (tom) | Samme som bildelingen, et selskap som gir deg tilgang til flere biler eller du leier de. En B2P nettside, altså ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Heime proptech</i> | Plattform som tilbyr studenter å møte som venner, arrangement, handyman, It-ekspert | (tom) | (tom) |
| <i>Hengerdeling</i> | Tjeneste for leie og utleie av alle typer henger | (tom) | Nedlagt 2018, https://hengerdeling.wordpress.com/ |
| <i>Homelink</i> | Formidling av boligbytter mellom privatpersoner | Ja | (tom) |
| <i>Hygglo</i> | Utleie av produkter | Ja | (tom) |
| <i>Hyre</i> | Bildeling i Trondheim | (tom) | Hyre er bildeling i Oslo, Bergen og Trondheim eid av Møller bil. De tilbyr leie av biler som er overalt i byene enkelt og greit med telefonen. Dette vil være B2P, altså ikke relevant for oppgaven. https://www.hyre.no/ |
| <i>I believe in you</i> | (tom) | (tom) | Crowdfunding i Sveits, ikke relevant for oppgaven |
| <i>i4 Technology</i> | Deling av teknologi og kunnskap | (tom) | Konsulentbransje for byggebransjen, mye B2B, ikke relevant for oppgaven. https://www.i4technology.io/om-oss |
| <i>IKEA møbeldelingstjeneste</i> | !?!?!? | (tom) | Ny tjeneste lanseres for bedrifter å kunne leie møbler til kontor for en liten stund, fremstår som hovedsakelig B2B, kanskje B2P men ikke relevant for oppgaven. Ellers er det bærekraftig fokus på å tilbyr |
| <i>Inkeys</i> | Bistår i nøkkeloverlevering og klargjøring av leiligheter som leies ut via AirBnB | (tom) | Fremstår som avvirket da jeg ikke finner noe informasjon om de på internett eller en nettside, appen er heller ikke tilgjengelig lengre. |
| <i>Jobbr</i> | (tom) | (tom) | Fremstår som avvirket da det ikke har vært aktivitet på facebook siden deres siden 2016, og nettsiden jobbr.no er ikke tilgjengelig som domene lengre. |
| <i>Jyb</i> | Mobil matchingtjeneste som setter arbeidssøkere og bedrifter i kontakt med hverandre | (tom) | Knytter privatpersoner mellom bedrifter, ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Kom inn</i> | Tjeneste hvor inviterer på middagsbesøk for å lære norsk | (tom) | Nettsiden er ikke lengre tilgjengelig http://www.kom-inn.org/?fbclid=IwAR18sV6k6zEYLnaITwGw-U9IXecO1Rey9VjSM6sx3GuL9d_0S80A6NTRaFho . |
| <i>Konsensus</i> | Tjeneste hvor man kan finne firlandsdesignere, forfattere og forskere | (tom) | Finner ingen informasjon om plattform/nettside/app |
| <i>konsus (Superside 2019)</i> | Bedriftsrådgivning og annen administrativ rådgivning | (tom) | Et selskap som tilbyr blant annet designtjenester for andre bedrifter, B2B og P2B så ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Landbruksformidling.no</i> | Bønder kan leie ut utstyr, redskap og maskiner. | Ja | (tom) |
| <i>Learnlink</i> | (tom) | (tom) | En plattform som setter en lærer og elev i kontakt med hverandre. Samtidig så er det en omfattende rekruttering for å kunne bli en lærer(omtalt som Pro på plattformen). Det vil si at det er mer et selskap som tilbyr tjenester til privatpersoner med folk som er delvis ansatt. Dette blir gråsone, litt som Foodora. https://www.learnlink.no/bruksvilkar & https://www.learnlink.no/vare-laerere |
| <i>Leieting</i> | Tjeneste hvor folk kan leie ut og leie ting av andre | (tom) | Gammelt navn og er Hygglo AB, svensk eid firma og omtalt som Hygglo no og inkludert i oppgaven. |
| <i>Letgo</i> | (tom) | (tom) | Nettside som formidler kjøp og salg av bruke varer og ting, altså overføring av eierrettigheter og ikke relevant for oppgaven. https://www.letgo.com/nb-no |
| <i>Livvin</i> | Boligformidlingstjenesten hvor boligkjøpere kan søke i boliger som kommer til salgs | (tom) | Heter nå VIRDI og gir informasjon om boliger som kommer til salg, og annen informasjon som tidligere bare eiendomsmeglere hadde tilgang til. Ikke relevant for oppgaven - https://virdi.no/livvin |
| <i>Lotel</i> | Leier ut din bolig via AirBnB for deg og bistår med vask nøkkeloverlevering osv | (tom) | Key butler gjør ifm utleie av bolig på Airbnb enklere for deg med å bistå i vask, rens av sengetøy, overlevering av nøkler osv. De tar kommisjon av utleie pris, men dette er et firma til privatpersoner B2P, altså ikke relevant for oppgaven. https://www.keybutler.no/ |
| <i>Luado</i> | Formidler små og store jobber | Ja | https://shifter.no/finn-smajobber-finnno-jarle-naustvik/finno-gir-opp-markedet-for-smajobbing-definitivt-stort-nok-hevder-utfordrer/124121 |
| <i>LunchFarm</i> | Tjeneste som formidler lunsj til bedrifter | (tom) | Finner ingen informasjon om plattformen, og den tidligere nettsiden er ikke lengre tilgjengelig eller plattformen i Appstore: http://www.lunchfarm.no/?fbclid=IwAR30aYbVWXY-8yb076HaFXwln68fLAOWVKq5MPnE5dOaqO1oeSJtQa2mI |
| <i>Lyft</i> | Leie av bil, sykkel, levering av mat | (tom) | Operer ikke i Norge, ikke relevant for oppgaven: https://www.lyft.com/rider |
| <i>Maritim utleie</i> | Utleie av båter | Ja | (tom) |
| <i>mb flex</i> | Bestillingstjeneste av arbeidskraft innen medie, reklame og kommunikasjonsbransjen | (tom) | Nettsiden er ikke lengre tilgjengelig http://www.mbflex.no/ |

| <i>Selskaper</i> | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|--------------------------|--|-----------------------------|---|
| <i>Minaksjon</i> | (tom) | (tom) | Crowdfunding, eller innsamlingsløsning for prosjekter der folk kan donere. Ikke relevant for oppgaven, https://minaksjon.no/om-oss |
| <i>Minsnåjobb</i> | Formidling av små og store oppdrag | Ja | (tom) |
| <i>Mittisbad</i> | (tom) | (tom) | Får ingen treff på Mittisbad |
| <i>Mojob</i> | Rekrutteringsplattform kobler arbeidssøkere og arbeidsgivere | (tom) | Rekrutteringsplattform for bedrifter til å finne søkere, altså B2P, ikke relevant for oppgaven. https://www.mojob.io/?gclid=CjwKCAjw4KyJBhAbEiwAaAQbE1EXCLMA4WrTFprptUnVYxoqjXSXCV8I66TwxTlqzg5QDAz2-8hiRoCBzkQAvD_BwE |
| <i>Mooc</i> | Åpne nettkurs fra universiteter og høyskoler | (tom) | Gir oversikt over nettkurs som tilbys av høyskoler og universiteter, anses ikke som relevant for oppgaven da det er ingen som deler en tjeneste eller noe de eier. https://www.mooc.no/ |
| <i>Move about</i> | Bildelingstjeneste med elektriske biler for privatpersoner og bedrifter | (tom) | Bildelingstjeneste, tilbyr ulik medlemskapsavgift og timesbasert pris for bruk. Selskapet stiller med en bilpark så det er en B2P plattform, og ikke relevant for oppgaven. https://www.moveabout.no/priser |
| <i>Muskathlon</i> | (tom) | (tom) | Crowdfunding nettside som samler inn penger gjennom løping og ønsker å bekjempe urettferdighet i verden, ikke er relevant for oppgaven. https://www.muskathlon.com/no-no/headermenu/omoss |
| <i>Nabobil</i> | Tjeneste som tilrettelegger for at privatpersoner kan leie ut egen og leie andres bil. | Ja | (tom) |
| <i>Nabobåt</i> | Utleie av fritidsbåter | (tom) | Selskapet er avviklet: https://shifter.no/christer-hansen-eriksen-even-heggernes-leiingno/nabobatno-strandet-fikk-vesentlig-mindre-trafikk-enn-ventet/112448 |
| <i>Nabohjelp</i> | Deling av tjeneste | Ja | (tom) |
| <i>Nabomat</i> | Privatpersoner som selger matretter fra eget kjøkken til andre privatpersoner | Ja | (tom) |
| <i>Nimber</i> | Kobler folk som trenger å transportere noe i kontakt med folk som reiser samme vei | Ja | (tom) |
| <i>nyby</i> | Velferdsoppdrag innenfor offentlig sektor | (tom) | Deling av helsetjenester mellom institusjoner, altså B2B og ikke relevant for oppgaven |
| <i>Oslo bysykkel</i> | Bysykkelordning i Oslo | (tom) | Et selskap som tilbyr sykler til medlemskapspris eller per bruk, altså B2P, ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Otto Mobility</i> | Bildeling i Trondheim | (tom) | Utleie av biler fra et selskap som har en bilpark, sykkel og el-sparkesykkel, B2P altså ikke relevant for oppgaven. |
| <i>Park my pooch</i> | Hundepasser | (tom) | Ingen treff på internett |
| <i>Parkit</i> | Appen gjør private P-plasser tilgjengelige | Ja | (tom) |
| <i>peerby</i> | Låne ting fra nabolaget | (tom) | Delingstjeneste i Nederland, ikke relevant for oppgaven https://www.peerby.com/ |
| <i>Pfinder</i> | Plattform for å finne ledige parkeringsplasser. Privatpersoner kan også leie ut sin plass | (tom) | Ingen treff på internett |
| <i>Plendit</i> | Utleietjeneste der forbrukere kan leie ut verktøy, bil, båt, hytte osv. | (tom) | Tvangsoppløst 2017: https://www.regnskapstall.no/informasjon-om-plendit-as-105309842S0 |
| <i>Relayrides - Turo</i> | Bildelingstjeneste | Ja | (tom) |
| <i>Resterant</i> | Tjeneste hvor folk selger matretter laget i eget hjem | (tom) | Nettsiden er ikke lengre tilgjengelig, det har ikke vært aktivitet på Instagram siden 2016 eller andre nyhetsartikler om de, antas avviklet. https://www.resterant.no/ |
| <i>Returbil.no</i> | Personer returnerer leiebiler tilbake til opprinnelsestedet for andre | (tom) | Nettsiden fremstår som ikke aktiv, samtidig er det trolig for B2P og anses som ikke relevant for oppgaven http://www.returbil.no/ |
| <i>Sammevei</i> | Tilrettelegger for samkjøring | Ja | |
| <i>Schpock</i> | Deleid av Finn | (tom) | Kjøp og salg av materiell, overføring av eierrettighet og ikke relevant for oppgaven. https://www.shpock.com/en-gb |
| <i>Sea Share</i> | Båtdelingsfirma | Ja | (tom) |
| <i>ShareBike</i> | Deling av sykkel | (tom) | Som andre bysykkelselskap, et selskap som tilbyr leie av bysykkel, altså B2P, ikke relevant for oppgaven. https://sharebike.com/ |

| Selskaper | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|---|---|----------------------|---|
| Sharebox | Skap som kan oppbevare nøkler osv og hentes ut på forskjellige steder. | (tom) | Et selskap som tilbyr bokser for oppbevaring av nøkler, ikke som delingstjeneste og da relevant for oppgaven https://sharebox.global/?lang=no |
| Skillshare | Online læreplattform | (tom) | Et selskap som tilbyr online læringsplattform, ikke delingsøkonomi og da relevant for oppgaven. https://www.skillshare.com/signup?redirectTo=https%3A%2F%2Fwww.skillshare.com%2Fmembership%2Fcheckout%3Fcoupon%3DGOOG1MFREE%26utm_source%3Dgoogle%26utm_medium%3Dpaidsearch%26utm_campaign%3DBrand_EN-ROW%26utm_term%3Dskillshare%26matchtype%3De%26gclid%3DCjwKCAjw4KyJBhAbEiwAaAQbE4UC1nbY3xRCVP7g4E6pRWgw5LbCd3umTiK16v2v7MrEiyVPMIo_7BoCY5kQAvD_BwE |
| Snapsale | Plattform for salg av klær, sko og vesker mellom privatpersoner | (tom) | Selskapet er avvirket https://www.dn.no/magasinet/dokumentar/geir-engdahl/google/schibsted/fikk-grunderdrommen-knust-av-schibsted/2-1-72141 |
| Something borrowed | Leie av klær | (tom) | Utleie av klær. De har endret navn til SoBo community men alle nettsidene deres eksisterer ikke lengre, men på proff.no viser de en inntektsvekst. Inkluderes ikke i oppgaven fordi det ikke var mulig å finne informasjon om de. https://www.parampara.co/ & http://www.sobocommunity.com/ |
| Style advice | Moteekspert gir tilbakemelding på antrekk til privatpersoner | (tom) | Finner ikke informasjon om selskapet |
| Switcher | Solcelleselskap der alle kan kjøpe/finansiere et eller flere panel | (tom) | Et folkein investeringsfirma som ønsker at privatpersoner skal investere og delta i en bærekraftig verden innenfor Solcelle. Anses som ikke relevant for oppgaven. https://folkein.no/om-oss |
| Talerlisten | Markedsplass for å bestille foredragsholdere | (tom) | Nettside som knytter kunder med foredragsholdere, anses ikke som relevant for oppgaven. https://talerlisten.no/foredragsholdere/page/2/ |
| Task Rabbit | Matcher frilandsarbeid | (tom) | Plattform som tilrettelegger for småjobber, men de eksisterer ikke i Norge og er derfor ikke relevant for oppgaven. https://www.taskrabbit.com/#locations |
| Tatimer | Lærere tilbyr privatundervisning | (tom) | Eksisterer ikke |
| Test av fossilfrie maskiner og kjøretøy Østfold fylkeskommune thredUP | Deling av fossilfrie maskiner og kjøretøy | (tom) | Viken kommune har et prøveprosjekt for utleie av fossilfrie maskiner til landbruk, ikke relevant for oppgaven da B2P eller "offentlig" til B/P, da en bonde gjerne er selskap/enkeltmannsforetak: https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/klima/for-myndigheter/kutte-utslipp-av-klimagasser/klimasats/2018/test-av-storre-fossilfrie-kjoretoy-og-maskiner/ |
| | Sette en pris på et plagg digitalt | (tom) | Nettbutikk for klær, ikke relevant for oppgaven: https://www.thredup.com/impact |
| Tise | Plattform for salg av brukte klær og ting mellom privatpersoner | (tom) | Kjøp og salg ting, ikke relevant for oppgaven siden eierrettighetene overføres |
| Toogoodtogo | Tjeneste restauranter selger ut mat som ikke blir solgt ila dagen for en rimelig penge. | (tom) | Tjenesten knytter privatpersoner til bedrifter som har solgt mat, P2B, ikke relevant for oppgaven. https://toogoodtogo.no/no |
| Treatme | Programmeringstjeneste | (tom) | Finner ikke informasjon om selskapet |
| Trondheim bilkollektiv | Bildelingstjeneste i Trondheim | (tom) | Bedrift som tilbyr biler til en medlemspris og så per bruk, B2P, ikke relevant for oppgaven. https://trondheim-bilkollektiv.no/ |
| Trondheim City Bike | Deling av sykkel | (tom) | Bedrift som tilbyr sykler til leie, ikke relevant for oppgaven. https://trondheimbysykel.no/en |
| Uber | (tom) | Ja | (tom) |
| USBL | Boligbyggelag og tilbyr to delingstjenster BUA og OTTO | (tom) | Boligbyggelag, en bedrift som bygger boligprosjekt og derfor ikke relevant for oppgaven. https://www.usbl.no/medlemskap/bli-medlem?gclid=Cj0KCQjwpreJBhDvARIsAF1_BU1fDrQc7m6HyRRlythVc_U5thiUAp5G1d3-oc5xvW6LTbjmx60BeEaAmhyEALw_wcB#page= |
| Uwork | Tjeneste som fasiliterer til helse- omsorg-, og barnehagesektoren med mer | (tom) | Bemanningsbyrå som knytter arbeidstakere med bedrifter, ikke relevant for oppgaven https://uwork.no/ |
| Verket Fablab | Deling av digital verksted | (tom) | Åpent verksted som en får tilgang til ved å ha medlemskap, men de tilbyr ikke en plattform eller setter privatpersoner i kontakt med hverandre. https://verketfablab.no/ |
| Vi leier | App som leier ut lagringsplass som Airbnb for bolig | Ja | (tom) |
| Vpark | Tjeneste som lar private og bedrifter leie ut og finne ledig parkeringskapasitet | (tom) | Selskap trolig avvirket, nettsiden er nede og appen er ikke lengre tilgjengelig. http://www.vpark.no/?fbclid=IwAR1jJgJSMZQIjRFyPAx_vC89VOqZmyMUE3v4rx5OrMuYZ-_ITVE-Ind2PE |
| Weeclean | Tjeneste som setter kunder og renholdere i kontakt | (tom) | Et renholdsselskap som har ansatte som tilbyr privatpersoner eller bedrift vask, de har ikke plattform og knytter ikke privatpersoner mot privatpersoner, altså ikke relevant for oppgaven. https://www.weeclean.no/brukervilkar |
| wellbe | Drift av Web-Portal | (tom) | Finner ingen informasjon om selskapet |
| Zappy | Tjeneste som tilbyr hjelp til alle arbeidsoppgaver | (tom) | Finner ingen informasjon om selskapet |

| <i>Selskaper</i> | Formål/bransje/opper | Inkludert i oppgaven | Ikke inkludert i oppgaven |
|------------------|---|-----------------------------|--|
| <i>Zoopit</i> | Direktelevering av varer kjøpt på nett | (tom) | Et logistikkfirma som leverer varer, altså en bedrift og ikke relevant for oppgaven. https://zoopit.no/ |

Vedlegg 4 – Inntektsstrøm og informasjon om utvalget i råformat

| Selskap | Type Inntektsstrøm | Hva tilrettelegger de | Årstall stiftet | Omsetting i million 2016 | Omsetting i million 2017 | Omsetting i million 2018 | Omsetting i million 2019 | Omsetting i million 2020 | Antall ansatte | Geografisk tilstedeværelse | Kommentar | Kilder |
|---------------------------|--|--|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------|---|---|
| Airbnb | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av bolig | 2008 | 1700 | 2600 | 3600 | 4700 | 3400 | 5597 | Internasjonalt | Delt gebyr eller vert tar hele gebyret. Varierer mellom 3-20% | AirBnb.no og https://www.businessofapps.com/data/airbnb-statistics/ |
| Boataround | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av yachter | 2016 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | De tar en liten prosentdel av leiepris fra utleier. Utleier er alle båtoperatører altså, bedrifter, private, reisebyrå. | https://www.boataround.com/no/terms-and-condition |
| Boatflex | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av båter & tjenester | 2014 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Eiergebyr på 16%, mens leietaker må betale 22% av leieprisen til selskapet. | https://www.boatflex.com/legal/payment.pdf |
| Boligbytte/HomeExchange | Medlemskap & Transaksjonsgebyr | Tilrettelegger for boligbytte av privatpersoner | 2011 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | 83 | Internasjonalt | 150\$/år for å få tilgang til plattformen. En kan gjøre så mange boligbytter som en vil. Tilbyr tjenester som gjestepoeng hvis boligbytte ikke er gjensidig, disse kan brukes på å feriere andre steder, men disse poengene kan også kjøpes for et transaksjonsgebyr mellom 0,1-1euro/GP. | https://www.homeexchange.com/nb/p/hvordan-fungerer-det-no & https://craft.co/homeexchange |
| Bolt | Kommisjon | Tilrettelegger for transport av privatpersoner fra privatsjåfører | 2013 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Selskapet tar 10-20%kommisjon av turens verdi. Kommisjonsandelen bestemmes basert på by og land. | https://partners.bolt.eu/driver-signup?utm_campaign=bolt-drivers&utm_medium=header&utm_source=web&utm_source=web |
| Campnr | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av bobil og campingvogner | 2021 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Utviklet i samarbeid med Ferda (stor bobilkjede). Likevel er plattformen P2P. Plattformen tar 4% fra leieprisen fra utleier, og 18% servicegebyr fra leieprisen fra leietaker. | https://www.campnr.no/about & https://www.tv2.no/a/14133550/ & https://bobilverden.no/bobilutleie-for-privatpersoner-et-slags-airbnb/ |
| Click&Boat | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av båter | 2013 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | 150 | 74 | Internasjonalt | Kommisjon som betales av eieren. Kommisjonen varierer basert på område og avtale gjort mellom plattform og eier av båten. | https://www.zoominfo.com/c/click-boat/430101043 & https://www.clickandboat.com/en/terms-and-conditions |
| Cowedo | Medlemskap & kommisjon & Transaksjonsgebyr | Lager en felles plattform for delingsøkonomi som alle kan benytte for sitt selskap | 2014 | 78 | 54 | 6 | 1 | 1 | 4 | Norge | Medlemskapspris 2900kr/mnd, transaksjonsgebyr på 3kr + 10%kommisjon for hver transaksjon | https://www.proff.no/selskap/cowedo-as/oslo/internettdesign-og-programmering/IF4G65Z0C2C/ & https://www.cowedo.com/ |
| Equiconnector | Medlemskap & kommisjon & Transaksjonsgebyr | Digital bookingløsning for hestesport | 2019 | (tom) | (tom) | (tom) | 0,459 | (tom) | (tom) | Norge | Nettstedet fremstår hovedsakelig for å få privatpersoner i kontakt med et ridesenter, dette kan tolkes som en bedrift. Likevel er det også åpnet for instruktør, og derfor vil det i denne oppgaven inkludere P2P. Airbnb for hester blir plattformen kaldt | https://equiconnector.no/priser-og-vilkar/ & https://www.uia.no/nyskaping/nyheter/utvikler-airbnb-for-hest |
| Fjong | Medlemskap | Tilrettelegger for utleie av klær | 2016 | (tom) | 1,148 | 2,036 | 2,107 | (tom) | 14 | Norge | Hovedsakelig mottar de klær fra overskuddslager fra klesbedrifter. Men de har også mulighet for utleie av klær hos privatpersoner. Derfor inkluderes de i oppgaven. Prismodell: Medlemskap hver mnd 2 plagg/590 kr, 3plagg/890 og 5plagg/1350kr | https://www.proff.no/selskap/fjong-norge-as/oslo/utleie-og-leasing/IF6JVQ601TD/ & https://fjong.com/about-subscriptions |
| Fluito | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av båtplasser | 2016 | 0,004 | 0 | 0 | 0 | (tom) | (tom) | Norge | Selskapet krever et transaksjonsgebyr basert på utleieprisen av leietaker, altså kommisjon. Denne prosenten oppgis ikke på selskapets nettside. Fremstår som avvirket grunnet ingen ansatte eller inntekt de siste årene. Samtidig er appen fremdeles aktiv og det var aktive annonser 23.08.2021 | https://fluito.no/vilkar/ |
| Fuud (Eier Sharenotwaste) | Kommisjon | Tilrettelegger for kjøpe, selge, dele, finne og redde lokalmat | 2020 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | 0,036 | 4 | Norge | Selskapet tilrettelegger for kjøp, salg, deling, finne og redde lokalmat gjennom en tosidig handelsplattform. I 2021 er det gratis for å selge matvare gjennom appen, dette for å skape en stor selgermasse. Fra 2022 vil kommisjon variere mellom 5-10%. | https://www.fuud.no/faq-produent & https://www.proff.no/selskap/sharenotwaste-as/trondheim/it-drift-og-support/IFAG3XPOZDG/ & https://www.fuud.no/faq |
| Homelink | Medlemskap | Tilrettelegger for boligbytte av privatpersoner | 1953 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Medlemskap koster 1000kr+ i året. Ved å ha medlemskap kan en gjøre så mange boligbytter en vil og en har tilgang til deres nettside. Disse har ikke en plattform med nettside | https://homelink.org/nb/about-home-exchange# . |
| Hygglo | Kommisjon | Tilrettelegger for dele og leie av | 2016 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Kommisjon på 20% av utleier. Mottoet til bedriften er "Ting skal brukes". | https://www.hygglo.no/om-oss |

| | | ting | | | | | | | | | | |
|---------------------|--------------------|--|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|----------------|---|---|
| Selskap | Type Inntektsstrøm | Hva tilrettelegger de | Årstall stiftet | Omsetning i million 2016 | Omsetning i million 2017 | Omsetning i million 2018 | Omsetning i million 2019 | Omsetning i million 2020 | Antall ansatte | Geografisk | Kommentar | Kilder |
| Landbruksformidling | Kommisjon | Tilrettelegger for at bønder kan leie ut redskaper eller landbruksmaskiner | 2020 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Nettsiden tar 20%kommisjon av utleiepris, ellers er det gratis å annonsere og for leietaker og bruke nettsiden, de har ikke plattform. https://landbruksformidling.sharetribe.com/infos/about | https://landbruksformidling.sharetribe.com/infos/about |
| Luado | Kommisjon | Tilrettelegger for småjobber, både proffe og privatpersoner | 2016 | 0 | 0,068 | 0,114 | 0,418 | 1,212 | 8 | Norge | Luado formidler praktiske bolig tjenester enkelt, ansvarlig og forsikret. Plattformen tar 20%kommisjon fra den som tilbyr hjelp. | https://luado.no/page/om-luado & https://www.proff.no/selskap/luado-as/oslo/it-drift-og-support/IF5YR920ZDG/ & https://luado.no/support/brukerbetingelser-hjelper https://www.maritimtleie.no/ |
| Maritim utleie | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av båter | 2004 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | På nettsiden kan en leie båter og en kan leie ut båter. Nettsiden tar 3%kommisjon av leieprisen fra både leietaker og utleier. | https://minsmajobb.no/tjenesteavtale |
| Minsmåjobb | Transaksjonsgebyr | Tilrettelegger for småjobber, både proffe og privatpersoner | 2019 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Minsmåjobb formidler små og store oppdrag til privatpersoner og proffe. De tar et transaksjonsgebyr basert på verdien av jobben som utføres. De har laget en matrise og definert gebyr for hvert intervall. | https://minsmajobb.no/tjenesteavtale |
| Nabobil | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av biler | 2015 | 5,05 | 6,715 | 7,541 | 45,572 | 26,459 | 18 | Norge | Tilrettelegger for utleie av privatbiler til bedrifter og privatpersoner. De tar kommisjon på 20 - 25%. | https://nabobil.no/help/section/201304571/Utbetaling & https://nabobil.no/ & https://www.proff.no/selskap/nabobil.no-as/oslo/it-konsulenter-og-r%C3%A5dgivning/IF4ZPN503DC/ https://nye.obos.no/nabohjelp/forutsetninger-for-bruk/brukervilkar/ & https://nye.obos.no/nabohjelp/ofte-stilte-sporsmal/ |
| Nabohjelp | Gratis | Tilrettelegger for at naboer kan tilby og spør om hjelp | 2017 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | OBOS har utviklet nabohjelp som tilrettelegger for at naboer kan tilby og spør om hjelp for alt mulig. Tjenesten er gratis å bruke, men en hjelper kan kreve vederlag men dette avgjøres mellom partene. Plattformen tar ingen kommisjon eller transaksjonsgebyr for å drifte appen. | https://bestill.nabomat.no/nb/infos/how_to_use |
| Nabomat | Kommisjon | Tilrettelegger for hjemmelaget takeaway fra kvalitetssikrede kokker | 2016 | 0 | 0,123 | 0,034 | 0,416 | 0,155 | 0 | Norge | Tilrettelegger for hjemmelaget takeaway fra deres kvalitetssikrede kokker. Nettsiden tar 10%kommisjon fra salgsprisen for å drifte nettsiden. | https://www.nimber.com/individuals & https://www.proff.no/regnskap/nimber-as/oslo/transport/IF934AE08ND/ |
| Nimber | Kommisjon | Tilrettelegger for hjemleveringsløsning av de som allerede skal samme vei | 2012 | (tom) | (tom) | (tom) | 0,071 | 3,08 | 4 | Internasjonalt | Tilrettelegger for å sende ting, hjemlevering med personer som allerede skal samme vei. Prismodell: kommisjon | https://www.proff.no/selskap/parkit-as/oslo/internettdesign-og-programmering/IF8AGT10C2C/ & https://www.parkit.as/privacy-policy |
| Parkit | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av parkeringsplasser | 2018 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Tilrettelegger for at privatpersoner kan leie ut parkeringsplasser de selv ikke benytter. Ved å bruke en kartløsning i appen er det enkelt for brukere å finne ledige parkeringsplasser. Utleier betaler kommisjon til plattform, det kommer ikke frem hvor mye kommisjonen er fra nettsiden. | https://proff.no/regnskap/sammevei-as/oslo/internettdesign-og-programmering/IF6EAY0C2C/ & https://sammevei.zendes.com/hc/no/articles/360003149239-Hvordan-beregnes-prisen-for-en-tur |
| Sammevei | Kommisjon | Tilrettelegger for samkjøring for å redusere biltrafikk | 2016 | (tom) | (tom) | 0,093 | 0,09 | 0,101 | 7 | Norge | Plattformen tilrettelegger for at sjåfør og passasjer kan finne hverandre i å kjøre samme vei til jobb for å redusere rushtrafikk og dele på kostnadene. Plattformen tar 20%kommisjon av prisen passasjer betaler til sjåfør. | https://seashare.no/ & https://www.proff.no/selskap/seashare-as/stabekk/utleie-og-leasing/IFBRAB501TD/ & https://seashare1.sharetribe.com/nb/infos/how_to_use https://support.turo.com/hc/en-us/articles/203992000-Earnings-and-payment |
| SeaShare | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av sjøtransportmidler, båt, kajakk, sup | 2021 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Plattformen er en delingssamfunn der grunnleggerne tenker at ingen trenger å eie alt, og at en kan tilby tjenester ved å lære bort sine kunnskaper til andre som å seile eller kjøre båt. De tar 6%kommisjon hos leietaker og 16%kommisjon fra utleier basert på salgsprisen. | https://support.turo.com/hc/en-us/articles/203992000-Earnings-and-payment |
| Turo | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av privatbiler | 2010 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Tilrettelegger for at privatpersoner kan leie ut privatbiler. De tar kommisjon 10-40% avhengig av hvilken forsikringspakke utleier og leier velger. | |

| Selskap | Type Inntektsstrøm | Hva tilrettelegger de | Årstall stiftet | Omsetning i million 2016 | Omsetning i million 2017 | Omsetning i million 2018 | Omsetning i million 2019 | Omsetning i million 2020 | Antall ansatte | Geografisk tilstedeværelse | Kommentar | Kilder |
|---------|--------------------|---|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------|---|---|
| Uber | Kommisjon | Tilrettelegger for transport av privatpersoner fra privatsjåfører | 2009 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Internasjonalt | Plattformen var utilgjengelig i Norge fra 2017-oktober 2020. Nå må en ha drosjeløyve og kjøretøyskrav. Uber tar kommisjon for sin tjeneste som plattformleverandør, men nøyaktig tall utgir de ikke. Flere nettsider påstår det er 20-25% | https://www.uber.com/legal/nb/document/?name=general-terms-of-use&country=norway&lang=nb & https://www.uber.com/no/nb/drive/ & https://dinside.dagbladet.no/okonomi/uber-i-norge-fra-2-november/73000799 https://hjelp.vileier.no/no/article/vilkar-og-betingelser-1h7aaiv/ |
| Vileier | Kommisjon | Tilrettelegger for utleie av lagerplass, båtplas s og parkeringsplass | 2021 | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | (tom) | Norge | Plattformen tilrettelegger for leie av lagringsplass, parkeringsplass eller båt plass i Norge. De tar et servicegebyr/kommisjon fra leietaker, men de oppgir ikke hvor mye. | |

Vedlegg 5 – Innholdsanalyse av selskapene

| <i>Selskap</i> | <i>Informasjonsinnhenting</i> | <i>Kilde</i> |
|-------------------------------------|---|--|
| Airbnb | Plattformen ble lansert i 2008 og er ansett som en av de største delingsøkonomiplattformene. Airbnb tilrettelegger gjennom appen sin at privatpersoner kan leie ut innkvartering til personer som ønsker å leie. Gjennom sjekk av utleier, krav om bruk av pass og vurderingstjenester sikrer de at tilliten ivaretas på plattformen. Tjenesten tar en kommisjon fra både vert og leietaker som baseres på leieprisen. Kommisjonen varierer mellom 3-20%. Videre har Airbnb lansert flere tilleggstjenester som Airbnb pluss, Airbnb luxe, og HotelTonight. Sistnevnte er, type siste minutt ledige hotellrom som en kan kjøpe spontant. Airbnb samarbeider med en rekke hotelleverandører for denne tjenesten. Funksjonene luxe og pluss er at en kan velge steder som har høyere grad av komfort og at vertene har veldig god rating. Tjenestene fremhever visse typer innkvarteringer. | https://www.airbnb.no/ |
| Boataround | Boataround har en nettside der en kan leie ut sin yacht eller leie selv. Det er altså bare yachter som legges ut på siden og dette er fordi grunnleggerne innså at det var mange som ikke brukte yachtene sine. Det fremstår som at de fleste utleiere er charterselskap og tilbyr ofte også andre tjenester som å leie en skipper. Men en kan også leie ut som privatperson. Nettsiden reklamerer med over 19000 yachter tilgjengelig over hele verden og at de er verifisert slik at det skaper en tillit til nettsiden. Selskapet er tilgjengelig i 74 land i 1236 marinaer med 2345 charterselskap. Boataround tar kommisjon av leieprisen fra utleier, men de vil ikke oppgi hvor mye på nettsiden sin. | https://www.boataround.com/no/terms-and-condition https://www.boataround.com/no |
| Boatflex | Boatflex tilbyr en plattform som knytter privatpersoner sammen for utleie og leie av båter. Selskapet ønsker å gjøre det enklere for personer å seile, og ikke minst at de skal trives på havet. Prismodellen til Boatflex er at utleier betaler 16% kommisjon og leietaker 22% til selskapet som gebyr for å knytte kontakten. Nettsiden til Boatflex skriver at de har 26000 medlemmer, +900 båter til leie og 26000 dager er leid ut. | https://www.boatflex.com/no https://www.boatflex.com/legal/payment.pdf |
| Boligbytte/ HomeExchange | Homeexchange tilrettelegger for at privatpersoner kan bytte hverandre sitt hjem. Ved å betale en årlig medlemskapspris på 150\$ får en tilgang til å være med i «samfunnet». En kan gjøre så mange boligbytter en vil. Selskapet tilbyr både tjenestene sin på en nettside men også på en app/plattform. Selskapet markedsfører seg med over 450 000 hus i over 187 land som er tilgjengelig for alle å bytte. Videre tilbyr også selskapet en alternativ løsning hvis en ikke kan bytte hus likt mot likt på samme tidspunkt, men at en familie leier huset mens eierne er på ferie et annet sted. I et slikt tilfelle oppnår en GuestPoints som er en valuta en kan leie et annet hus med på et senere tidspunkt. Slik sikrer nettsiden sirkulasjon på boligbytte uten av bytte må være på samme tid og likt mot likt for to parter. I tillegg kan en også kjøpe slike GP for 0,1-1Euro per GP. Det vil si prismodellen til selskapet er medlemskap og transaksjonsgebyr. | https://www.homeexchange.com/ https://www.homeexchange.com/nb/p/hvordan-fungerer-det-no |
| Bolt | Bolt er et selskap med en plattform som tilrettelegger for at privatsjåfører kan transportere privatpersoner raskt og rimelig. Nettsiden reklamerer med at en kan enkelt melde seg opp som sjåfør. Deretter vil bolt appen tilrettelegge for å knytte sjåfør mot kunder. Målet til selskapet er å tilby de beste prisene og at tjenesten/plattformen er enkel å bruke. Det er usikkert hvordan Bolt har løst det med tanke på lovregulering om å ha drosjeløyve slik som Uber nå krever av sine sjåfører. Selskapet tar 10-20% kommisjon fra sjåfør på turens verdi. Kommisjonsprosenten varierer etter geografisk tilstedeværelse som by og land. | https://partners.bolt.eu/driver-signup?utm_campaign=bolt-drivers&utm_medium=header&utm_source=website https://bolt.eu/no/ |

| | | |
|-----------------------|---|---|
| Campr | Campr ble etablert i 2021 og tilrettelegger gjennom en plattform for deling av campingvogner og bobiler. Selskapet reklamerer med at når bobilen eller campingvognen ikke er i bruk kan det være en ekstra inntektskilde. På nettsiden reklameres det med hvorfor en skal drive utleie, og hvorfor en skal leie. I tillegg gir selskapet flere artikler som har til hensikt å skape inspirasjon for å dra på bobilferie. Videre reklameres det for at tjenesten er enkel og trygg å bruke, samt at det både skal være enkelt å leie ut bobilen sin som det er å leie ut en bobil. Selskapet kan stille med kundeservice, veihjelp, forsikring og trygg betaling som skal øke troverdigheten og terskelen for å bruke tjenesten deres. Prismodellen til selskapet er at de tar 4% kommisjon av utleieprisen fra utleier, og 18% av leieprisen fra leietaker. Plattformen er utviklet av Ferda, en stor bilkjede. | https://www.campr.no/about https://www.tv2.no/a/14133550/ https://bobilverden.no/bobilutleie-for-privatpersoner-et-slags-airbnb/ |
| Click&Boat | Grunnleggerens forretningside er å utnytte alle de millioner av båtene som ligger ubrukt store deler av året først og fremst i Frankrike, men de har senere ekspandert til europeiske havner. Fra nettsiden hevder de å ha mer enn 380 000 medlemmer, 40 000 yachter i mer enn 450 havner. Plattformen henvender seg til yacht markedsguppen. Siden noen er skeptisk til å låne bort sin dyre store båter som ofte krever en bedre kunnskap om ferdsel på sjøen så har de opprettet en måte som skal sikre at en er trygg på at leietaker både tar vare på båten og seiler den sikkert. I tillegg leier mange yachter med skipper om bord. Det er både privatpersoner og charterselskap som bruker plattformen. Ved å skape et stort nettverk av medlemmer, utleiere og ikke minst et tillitsbasert system på yachter tjener de penger ved å ta kommisjon fra eieren av båten for hver transaksjons de har matchet en utleier med en leietaker. | https://www.clickandboat.com/en/terms-and-conditions |
| Cowedo | Grunnleggerne til Cowedo ønsker mer delingsøkonomi i samfunnet, og ved hjelp av sin plattform skal de gjøre det lettere å starte et delingsøkonomiinitiativ. Siden delingsøkonomi ofte er forbundet med en plattform, og det er krevende å bygge en ny plattform så tilbyr de en ferdig kodet og utviklet plattform som alle aktører kan benytte seg av. Cowedo tilbyr tilpasning av plattform etter ønske til kunde på en lite ressurskrevende måte. Visjonen deres er at Cowedo skal bli et stort samfunnet med mange forskjellige plattformaktører. Cowedo tar en månedlig avgift for at kundene skal få tilgang til en ferdig kode utviklet app. I tillegg tar de både en transaksjonsgebyravgift og en kommisjon fra hver transaksjon. Daglig leder for Cowedo informerer på mail at de utvikler hjernen i form av et API og utvikler applikasjonene spesifikk for hver kunde. | https://www.cowedo.com/sharing-platform |
| Equiconnector | Equiconnector er en digital bookingløsning som omtales som hestesportens Airbnb. Grunnleggeren ønsker at flere personer skal drive med hestesporten og påvirker det gjennom å tilby en samlet bookingløsning for Norge. Siden hestesporten kan være relativt dyr ønsker nettstedet å redusere kostnader gjennom å tilby leie og enkelt timer istedenfor å måtte eie en hest. Nettstedet tilrettelegger i den grad at ridesenter, instruktører kan tilby sine tjenester. I tillegg skal nettstedet tilrettelegge for å leie ut hester, stall, kjøpe hest sammen. Prismodellen til nettstedet er å ta en medlemskapsavgift hos ridesenter og instruktør på 299kr mnd og kommisjon på 5% per booking. Nettstedet betaler ridesenteret og instruktøren den 15 hver mnd. | https://equiconnector.no/priser-og-vilkar/ https://www.uia.no/nyskaping/nyheter/utvikler-airbnb-for-hest |

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Fjong | <p>Fjong tilbyr kundene sine en uendelig garderobe. I stedet for å kjøpe nytt skal en leie klær, og Fjong markedsfører seg at de har alle type klær, også luksus og merkeklær. Selskapet får store deler av klærne fra overskuddslager til klesbedrifter. En kunde vil velge et medlemskap basert på 2 plagg i mnd til 590 kr, 3 plagg til 890 kr eller 5 plagg til 1350kr mnd. Fjong renser klærne og sender de i posten, med forsikring og ingen bindingstid. I tillegg ytrer selskapet at de ønsker å skape et grønnere samfunn med et stor «commuity» som kan dele på klær ettersom klesindustrien bidrar mye til utslipp av klimagasser. Det er mulig å leie ut klær som privatpersoner, og derfor er selskapet inkludert i oppgaven. Likevel har ikke dette vært mulig på grunn av korona skriver selskapet. Samtidig med utgangspunkt i at tjenesten gjøres tilgjengelig igjen, sier nettstedet ingenting om hvilken pris en kan forvente seg av å leie ut klærne. Derimot spiller de på samvittigheten og ber folk heller tenke på gleden ved å dele klærne en ikke bruker med andre for å skape et bedre samfunn, og med bør en ikke tenke at en skal tjene mye penger på utleie. Samtidig skriver selskapet at hvor mye en kan tjene per plagg avhenger av type plagg, pris og sjeldenhet.</p> | <p>https://fjonghelp.zendesk.com/hc/nb/articles/360003480700-Hvem-kan-bli-utleiere https://fjong.com/about-subscriptions https://fjonghelp.zendesk.com/hc/nb/articles/360003485059-Hvor-mye-vil-jeg-f%C3%A5-for-%C3%A5-leie-ut-kl%C3%A6r</p> |
| Fluito | <p>Fluito er en plattform som tilrettelegger for utleie av båtplasser. Selskapets forretningside er at mange båtplasser står tomme, spesielt på sommeren hvis en selv er borte. Av den grunn ser de et marked for at privatpersoner kan tjene penger på utleie av sine egne båtplasser. Som prismodell krever de et transaksjonsgebyr av leietaker som baseres på utleieprisen, altså en kommisjonsprosent per transaksjon. Selskapet har omsetning på tilnærmet 0 kr de 3 siste årene, sammen med ingen ansatte eller lønn til leder iht årsregnskap for 2019 innhentet fra Brønnøysundregisteret. Likevel er appen fremdeles aktiv, og ved test 23.08.2021 var det et titalls ledige brygger å leie i Norge. I et intervju med E24 16.07.2017 sier de at de ikke ser etter eksterne investorer og de tjener ikke penger. Deres ønske er å bygge opp et stor brukermasse og på sikt ordne en bærekraftig lønnsmodell. Akkurat nå ønsker de bare å hjelpe båtfolket med å finne en båtplass. I følge nettsiden til Fluito har de 2000+ brukere, 200+ havner og 400+ båtplasser. Plattformen har inngått et samarbeid med vipps som båten foretar betalingsløsning, men også innlogging og oppretting av bruker. Personlig mening: Samarbeidet med vipps var meget effektivt og enkelt siden Vipps hentet inn all nødvendig informasjon. Det vil si oppretting av bruker tok noen sekunder. Fluido skriver i mail at de har 0 ansatte og at plattformen driftes av to personer på siden av annen jobb som et hobbyprosjekt. De tar 20kr + 5% av transaksjonsbeløp.</p> | <p>https://fluito.no/e24.no/privatoekonomi/i/EoPyw2/satser-hardt-paa-airbnb-for-baafolket</p> |
| Fuud (Eier Sharenotwaste) | <p>Fuud er en tosidig handelsplattform med mål om å redusere matsvinn og bidra til en bærekraftig næring ved å tilby en handelsplattform for lokal mat. Ved at plattformen er tosidig gir den mulighet til å dele, selge, kjøpe, fange, gi bort lokal mat. Plattformen gir tilgang til en større kundebase. Gjennom en effektiv og god markedsføring skal appen gi deg som leverandør/selger en større kundebase enn hvis du skulle markedsført deg selv, eller opprettet egen app. De påstår at gjennom deres satsning på bærekraft så vil de gi selgeren flere kunder. Videre hevder de på nettsiden sin at plattformen Fuud har tilgang til 1 million kunder. Et konsept Fuud fremmer er at hvis en selger tilbyr ukurante varer gratis, altså varer som ellers ville blitt kastet som, feil fasong, feil farge, prøveproduksjon og lignende, så vil Fuud gi betydelige rimeligere salgsbetingelser. Dette gjør de for å fremme bærekraftperspektivet og å redusere matsvinn gjennom å gi incentiver for å benytte alt som produseres. Fuud påstår at de skiller seg fra andre plattformer gjennom å både tilby en tosidig handelsplattform og at det er per dags dato ingen fungerende plattformer som gir like god oversikt over tilgjengelige lokale matvarer i den hensikt å redusere matsvinn. Prismodellen til Fuud er at fra 2022 vil plattformen kreve 5-10% kommisjon av omsetningen. Prosenten vil variere avhengig av total omsetning, hvor mye ukurans og matsvinn selger deler på appen. Det er i 2021 gratis å benytte plattformen, dette er trolig et tiltak for å tiltrekke seg selgere.</p> | <p>https://www.fuud.no/?gclid=CjwKCAjwj8eJBhA5EiwAg3z0m-nMpuOgq2S0ixw_b9C_I0-CIm0H5wk0SxoIZKIPH_QRB4FB40ApoRoCeR4QAvD_BwE</p> |

| | | |
|----------------------------|--|---|
| Homelink | Homelink er et selskap/nettsted som tilrettelegger for boligbytte. Ved å betale en årsavgift på 1000kr+ kan en gjøre så mange boligbytter en vil på plattformen. De tilbyr ikke andre tjenester enn å tilrettelegger for boligbytte. Nettsiden gir mye informasjon om hvorfor boligbytte er gunstig i et samfunn og bærekraftig måte. I tillegg har de mye støtte og FAQ for hvordan en skal gjøre boligbytte enklest mulig, samt øke sannsynlighetene for å få til boligbytte. | https://homelink.org/nb/help |
| Hygglo | Hygglo sitt konsept er at ting skal brukes og at de skal tilby en plattform der folk kan leie det de trenger, og tjene penger på det de eier. Ved utleie beholder en 80% av leieprisen, altså plattformen tar 20% kommisjon for å tilrettelegge for deling. Det koster ingen ting å annonsere ting å dele på plattformen. En kan i tillegg tilby sine tjenester i form av handyman, advokat og mye mer. Markedsføringsstrategien er å tydelig informere om fordelene ved å leie og dele ting. De peker på bærekraft, billigere enn å kjøpe, ofte er det du ønsker å leie i umiddelbar nærhet, en kan tilpasse tidspunkt for leie. Iht årsregnskap for Hygglo AS 2019 og 2020 så skriver selskapet i noter at egenkapitalen til Hygglo er tapt og at de er kjøpt opp av Hygglo AB (tidligere leieting AS) og at de har fokus på å øke inntektene for neste år. Styret i det svenske selskapet mener det er grunnlag for fortsatt drift. Videre i noter i både 2019 og 2020 skylder regnskapsfører på at koronasituasjonen påvirket lave inntekter. Hygglo oppgir i mail at de har 8 ansatte, hvilken omsetning de har via plattformen, vist i resultatkapittelet, og de kan vise til følgende historisk antall ordre: 2016: 745, 2017: 3 111, 2018: 12 210, 2019: 29 370, 2020: 60 974, 2021: 65 499. | https://www.hygglo.no/ https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=916210264 |
| Landbruksformidling | Dette er et selskap som står bak plattformene «forformiling» 2018 og «Bord til jord» 2019 som konsentrerer seg om bønder og knytte de sammen med fokus på bærekraft og hjelpe hverandre noe som var viktig under forkrisen i 2018. Landbruksformidling er en nettside som setter bønder i kontakt med hverandre og tilrettelegger for utleie av redskaper og landbruksmaskiner. Det er gratis å opprette bruker og annonsere utleie av redskaper og landbruksmaskiner. Nettsiden tar 20% kommisjon av utleieprisen fra utleier og ingenting fra leietaker. Landbruksmaskiner annonserer seg med at de ønsker å sette fokus på bærekraft og ikke minst redusere kostnadene ved å drive gård i den forbindelse at alle må ikke eie landbruksmaskiner til flere hundretusen kroner. Landbruksformidling tilbyr en tjeneste som er bygget på sharetripe sin plattform. En kan anta at de har kjøpt eller leier kode og plattform hos sharetripe slik at de slipper å utvikle dette selv. Sharetripe reklamerer for seg selv med at å bruke de så kan en bygge en suksessfull markeds plass raskt. Sharetripe har forskjellige medlemskapsavgifter avhengig av antall brukere for plattformen. Derfor er det vanskelig å si hva landbruksformidling betaler i mnd for plattformen. | https://www.sharetribe.com/products/pricing/ https://landbruksformidling.sharetribe.com/infos/about https://landbruksformidling.sharetribe.com/nb/infos/how_to_use |
| Luado | Luado er en plattform stiftet i 2016 som har tilstedeværelse i de store byene i Norge og formidler tjenester knyttet til småjobber for hovedsakelig bolig. Ved å være i de store byene er plattformen tilgjengelig for 1 million mennesker. De skiller mellom privatpersoner som tilbyr sine tjenester og proffe som har utdanning og opprettet enkeltmannsforetak eller aksjeselskap. Selskapet innså at det var mange som trengte hjelp til enkle jobber i hus og hage samtidig som de ser spesielt mange unge er utenfor arbeidslivet. Dette ønsket de å gjøre noe med ved å koble disse privatpersonene sammen i en plattform. Videre er de opptatt av å si nei til svart arbeid og har samarbeid med skatteetaten, og de har satt minimumspriser på leie av arbeidskraft for å skape ansvarlige og transparente priser. Selskapet har identifisert noen kategorier som de tror mange trenger hjelp med, og i den forbindelse opprettet samarbeid med kjente selskap og aktører som IKEA, Maxbo og Jernia. Eksempelvis er det flere tjenester knyttet til montering av IKEA møbler, deriblant en egen PAX(IKEA sin garderobeløsning) kalkulator for å kalkulere pris for montering basert på antall moduler. Luado tar 20% kommisjon fra den som tilbyr hjelp. | https://luado.no/page/om-luado https://luado.no/support/bruke-rtbetingselser-hjelper |

| | | |
|-----------------------|---|--|
| Maritim utleie | Maritim utleie er en nettside som har eksistert siden 2004 og har som mål at så mange som mulig skal få oppleve sjøen. De identifiserte et marked ved at mange båter ligger forføynd i sesongen, selv om en gjerne skulle brukt de. Derfor skal de være blant de beste til å tilrettelegge for å utnytte båtene i mye større grad. Nettsiden tar 3% servicehonorar fra både utleier og leietaker. Nettsiden reklamerer med at med sin lange erfaring siden 2004 har de opparbeidet seg en god kompetanse ved å håndtere hendelser, samt har de utviklet et konsept som utnytter kapasitetene til en større grad. | https://www.maritimutleie.no/about/ https://www.maritimutleie.no/retningslinjer/ |
| Minsmåjobb | Minsmåjobb har en nettside og en plattform der de formidler små og store oppdrag. Siden de startet i 2019 har de fått over 22000 registrerte brukere og 5500 registrerte hjelpere og med det blitt ledende i Norge innenfor formidler av jobber. Samtidig som de prøver å bygge et stort nettverk av hjelpere, forstått som privatpersoner er det også en plattform der proffe kan tilby sine tjenester også. Minsmåjobb ønsker at plattformen deres skal være jordnær, ekte og inkluderende. Plattformen utvikler en teknologisk løsning som erstatning fra «Hjelp ønskes» på nærbutikken. Prismodellen til minsmåjobb er transaksjonsgebyr som varierer basert på kostnad for arbeidet. De har utviklet en modell og har definert ulike transaksjonsgebyr basert på hvilket kostnadsintervall jobben er. De skiller også mellom oppdragsgebyr og befaringsgebyr. Begge gebyrene belastes «hjelper» forstått som den som påtar seg å utføre oppdraget. Eksempelvis: mindre enn 500kr, oppdragsgebyr 39,-.1001-2000kr 89kr i oppdragsgebyr og alt over 10 000kr blir 355kr i oppdragsgebyr. | https://minsmajobb.no/tjenest-eavtale https://minsmajobb.no/var-tjeneste |
| Nabobil | Nabobil tilrettelegger gjennom nettside og plattform for utleie av privatbiler til privatpersoner og er tilgjengelig over hele landet. Plattformen reklamerer med at en bil står stille cirka 23 timer i døgnet, altså et stort potensiale til å utnytte ressursen mer og ikke minst tjene penger på det. Nabobil tilbyr kompensasjon hvis en verver personer. Den som blir vervet og den som verver vil få penger i kreditt som reduserer prisen når en selv leier. Dette antas å være incentiv til å øke brukermassen av plattformen. Nabobil tilbyr hjelp til utleier for å prise bilen sin riktig. I tillegg har de en funksjon som heter «dynamisk prising» som kan optimalisere omsetning på bilen. Funksjonen fungerer slik at ved lav etterspørsel reduseres leieprisen, og ved høy etterspørsel økes prisen automatisk. Nabobil krever 20-25% kommisjon på utleieprisen som et administrasjonsgebyr fra utleier. Prosenten varierer om det er nabobil uten nøkkeloverlevering (20%) eller med nøkkeloverlevering (25%). Nettsiden fremstiller det som varierende og det antas derfor for å være en kommisjon. På nettsiden reklamerer de med å ha 9000 biler tilgjengelig i hele landet. | https://nabobil.no/ https://nabobil.no/help/section/201304571/Utbetaling |
| Nabohjelp | Nabohjelp er en app som er laget av OBOS og den skal gjøre det lettere å spørre naboene om hjelp. Plattformen skal tilrettelegge for at nabolaget kan hjelpe hverandre, både ved at personer kan tilby sine tjenester og andre kan be om hjelp til små og store jobber, eller leie redskaper. Plattformen reklamerer for at det både er bærekraftig, godt for lommeboka og ikke minst så blir en kjent med naboene sine. Nabohjelp har over 155 000 brukere. Det er gratis å benytte nabohjelp. En hjelper kan kreve vederlag men dette skal avgjøres mellom partene, og appen/OBOS vil ikke ha noe å si på det. Det står heller ingen steder at plattformen vil da eventuelt ta et gebyr/kommisjon for å knytte to parter sammen. Siden OBOS er en utbygger så fremstår plattformen som en tiltak de som boligbygger har opprettet for å gjøre sine boliger og boligfelt mer attraktive, og med det være fremtidsrettet. | https://nye.obos.no/nabohjelp/ofte-stilte-sporsmal/ |
| Nabomat | Nabomat er en nettside som lar kvalitets sikre kokker tilby hjemmelaget takeaway. Tjenesten ble startet i 2016 og er eid og driftet av Transactions AS. Det har ikke vært aktivitet i nyhetene eller Facebook siden 2016, men nettsiden tilbyr fremdeles mulighet for å kjøpe mat. Nettsiden ønsker at privatpersoner kan tilby billigere mat enn restauranter, samt gi personer i nabolaget mulighet til å bli kjent og prøve nye retter. Nettsiden tar 10% kommisjon fra salgspris av den som tilbyr hjemmelaget mat. Nabomat har et regime for å kvalitets sikre kokkene ved at de må ta en hygiene kurs, samt at det skal bidra til kompetanseheving. Transactions har ca 150 000kr inntekt og ingen lønn eller ansatte. | https://bestill.nabomat.no/nb/infos/how_to_use |

| | | |
|-----------------|--|--|
| Nimber | Nimber er en plattform som utnytter personer som allerede skal en vei, og har ledig kapasitet til å kunne ta med seg ting, altså en hjemleveringsløsning. Denne løsning påstår selskapet er bærekraftig. Plattformen gir tilgang til et fellesskap av ulike bringere som kan levere etter forespørsel fra deg. Et slik fellesskap som Nimber skaper vil unytte den ekstra kapasiteten til bringerne som uansett er der, og som uansett skal en vei, det er bærekraftig. Nimber har vokst til at over 100 000 både bedrifter og privatpersoner bruker deres plattform. Nimber har kontor i London, Athen og Tønsberg. Nimber markedsfører seg både for private og bedrifter. Plattformen tar kommisjon av fraktprisen fra sender. Nimber har ikke skrevet hvor mye kommisjonen eller transaksjonsgebyret er på. Ved å undersøke ulike oppdrag tilgjengelig oppdaget en at kommisjonen eller transaksjonsgebyret var på mellom 18-24% og skal betales av sender. | https://www.nimber.com/about# https://www.nimber.com/tasks/233276 |
| Parkit | Parkit er en plattform som skal koble de som trenger en parkeringsplass med de som har en parkeringsplass som står ledig. Ved å bruke en kartbasert løsning så er det veldig enkelt for brukeren å finne en ledig parkeringsplass. Plattformen kan redusere trafikken av biler som leter etter parkeringsplasser, og med det spare byen for trafikk. Parkit er et selskap i Oslo. Selskapet tilbyr tilstedeværelse i 8 europeiske byer. Ved at Oslo blant annet kutter i parkeringsplasser så ser plattformen et marked i utleie av parkeringsplasser. Utleier betaler kommisjon til plattform, det kommer ikke frem hvor mye kommisjonen er fra nettsiden | https://www.parkit.as/#how-it-works https://www.parkit.as/ |
| Sammevei | Sammevei tilbyr en plattform som knytter sjåfør med passasjer som skal samme vei. De ønsker å utvikle og drifte den største plattformen for nullutslipp private/offentlige flåten av urbane pendlere. Plattformen argumenterer for at det å samkjøre både er bra for miljøet og det reduserer kostnadene knyttet til bilkjøring for begge parter. Prismodellen til plattformen er at de tar 20% kommisjon av det passasjerer betaler til sjåføren for å sitte på. Prisen for hver tur følger en fast prismodell. Det vil si at inntil 35km koster det 50kr, og over koster det 50kr + 1kr per km. Dette skal dekke kostnader knyttet til drivstoff/elektrisitet og vedlikehold på bilen. Kostnadene skal i teorien for den spesifikke turen deles likt mellom sjåfør og passasjer. | https://www.sammevei.no/about-sammevei https://sammevei.zendesk.com/hc/no/articles/360003149239-Hvordan-beregnes-prisen-for-en-tur- |
| SeaShare | Seashare har en nettside som er et delingssamfunn for utleie og leie av diverse fremkomstmidler for sjøen, dette er kajakk, båt, kano, SUP-brett. I tillegg kan en også få betale for opplæring av disse fremkomstmidlene av medlemmene. Det er et samfunn der en både kan leie fremkomstmidler men også noen som organiserer andre tjenester som arrangementer og båttur. Grunnleggerne ønsker at en skal være bærekraftig, miljøvennlig og økonomisk gjennom at alle ikke trenger å eie alt. Nettsiden tar 6% kommisjon fra leietaker, og 16% kommisjon fra utleier av salgsprisen. Selskapet er grunnlagt i 2021. | https://seashare.no/ https://seashare1.sharetribe.com/nb/infos/how_to_use |
| Turo | I 2010 startet selskapet relaybirds som en P2P delingstjeneste for bildeling. De reklamerer med at de er den største P2P plattformen i verden for bildeling. Plattformen har 14 millioner medlemmer, 450 000+ biler registrert og over 850 unike bilmodeller tilgjengelige. Prismodellen til Turo er kommisjon og varierer fra 10-40% av utleie prisen betalt av utleier. Men de sier at det er kun i USA, Canada og UK en kan være privatpersoner og leie ut bil, mens en må være en bedrift i Norge, kommisjon for bedrift varierer fra 7,5-20%. | https://support.turo.com/hc/en-us/articles/203992000-Earnings-and-payment https://turo.com/us/en/about |

| | | |
|----------------|--|---|
| Uber | <p>Uber er en av de mest kjente aktørene innenfor delingsøkonomi. De er har utviklet en plattform som setter sjåførere i kontakt med privatpersoner som ønsker transport. Uber var ikke tilgjengelig i Norge fra 2017-okt 2020 fordi det var ulovlig. I slutten av 2020 ble det gitt ut løyver av regjeringen som åpnet opp for at selskapet kunne returnere til Norge. Forskjellen nå er at for å bli sjåfør for Uber må en skaffe seg drosjeløyve, kjøretøyløyve og kjøreseddel. Det vil blant annet si at personen må registreres som enkeltmannsforetak for å skaffe forretningsadresse og kunne registrere virksomhetene i Altinn som kreves for å skaffe løyve. Dette gjør at sjåføren blir som en bedrift eller enkeltmannsforetak. Dette gjør Uber i gråsonen for oppgaven. Likevel kan privatpersoner gjøre som nevnt og skaffe seg løyve og bestemme kjøretid selv mens Uber knytter sjåførene i kontakt med personer som ønsker transport. Uber har derimot gjort det veldig oversiktlig og enkelt å søke om drosjeløyve. På nettsidene sine forklarer de konkrete stegene en må følge, men henvisning til hvor en skal søke og hva en skal fylle ut. Det er i Uber sin interesse å gjøre prosessen så enkel som mulig for å skaffe flest mulige sjåførere. Uber tar kommisjon som et servicegebyr for å tilby tjenesten, men de oppgir ikke spesifikt hvor mye. Ulike nettsider sier 20-25% kommisjon fra sjåføren. Uber har videre lansert ulike tjenester som skal treffe alle sine behov. Disse tjenesten er i form av hvilken bil som passer deg. I Norge er kjøretøyalternativene, UberX, Green, UberXXL, UberBlack, UberLux og Comfort. Hver tjeneste har et sett med krav som må oppfylles for at sjåførere kan kjøre i den kategorien. Med de ulike tjenestene følger også ulik pris for tur avhengig av luksus, komfort, miljøvennlig, toppvurdering av sjåfør med mer. Videre har Uber lansert tjenester som Ubereats med fokus på levering av mat, og Uber for bedrift med fokus på å tilrettelegge hverdagen for en bedrift.</p> | <p>https://www.uber.com/no/nb/drive/requirements/vehicle-requirements/ https://www.uber.com/no/nb/https://dinside.dagbladet.no/onomi/uber-i-norge-fra-2-november/73000799</p> |
| Vileier | <p>Vileier tilbyr en plattform der en kan både leie og leie ut lagerplass, parkeringsplass eller båt plass. Selskapet ønsker å tilrettelegge for at personer kan leie ut ressurser de ikke har behov for til noen som har det, samtidig som en sparer miljøet og skaffer seg selv en passiv inntekt. Plattformen er tillitsbasert og så verifiseres brukere for å skape trygge rammer. For utleier er det gratis å benytte plattformen. De reklamerer med at det er kostnadsfritt å leie ut sin ekstra plass. Det er leietaker som betaler et servicegebyr for tjenestene plattformen tilbyr, altså kommisjon. Det eksakte kommisjonsbeløpet kommer ikke frem i vilkårene på nettsiden. Selskapet er opprettet i 2021 og de undersøkte ved å gå dør til dør og oppdaget at mange hadde en bod eller parkeringsplass til overs, og der tenkte de at det var et marked. Samtidig er det miljøvennlig å utnytte eksisterende plass med tanke på klimakrisen. I tillegg reklamerer selskapet for at de kan leie ut plassen for en, helt kostnadsfritt.</p> | <p>https://vileier.no/ https://www.nrk.no/norge/vilde-25-sa-opp-jobben-for-a-sy_-klar-for-a-satse-100-prosent-1.15573431?fbclid=IwAR2p1sjTo_3a1tqMfmjKBydZ3C2B Wsa3UNcMECxiM1B5Y0MZMVfe-bCwEZg</p> |

Vedlegg 6 – E-postkorrespondanse til utvalget

Oversikt over hvilke selskap som ble kontakt ved mail. Under listen følger mailutkastet på norsk og engelsk. Den spesifikke mailen som ble sendt til hvert selskap var tilpasset etter hvilken informasjon som manglet etter den første datainnsamlingen. Det vil si at mailen er generisk, med unntak av hvilke konkrete spørsmål bedriften fikk. Eksempelvis var det ikke alltid nødvendig å be om det spesifikke servicegebyret eller antall ansatte fordi den informasjon var allerede tilgjengelig.

| <i>Selskap</i> | <i>Svar mottatt / ikke mottatt svar</i> |
|-------------------------------------|--|
| <i>Boataround</i> | |
| <i>Boatflex</i> | |
| <i>Boligbytte/ Homeexchange</i> | 05.10.21 – Ansatte og omsetning |
| <i>Bolt</i> | |
| <i>Campr</i> | |
| <i>Cowedo</i> | 24.09.21 – Nytt forretningskonsept |
| <i>Equiconnector</i> | |
| <i>Fjong</i> | 07.09.21 – Ville ikke dele informasjon. |
| <i>Fluito</i> | 09.09.21 – Ansatte og transaksjonsgebyr |
| <i>Fuud</i> | |
| <i>Homelink</i> | |
| <i>Hygglo</i> | 06.09.21 – Ansatte, omsetning og antall transaksjoner. |
| <i>Landbruksformidling</i> | |
| <i>Luado</i> | |
| <i>Maritim utleie</i> | |
| <i>Minsmåjobb</i> | |
| <i>Nabohjelp</i> | |
| <i>Nabomat</i> | |
| <i>Parkit</i> | |
| <i>Sammevei</i> | |
| <i>Seashare</i> | 06.09.21 – Tidlig fase, ingen data å gi. |
| <i>Vileier</i> | |

Hei.

Mitt navn er Øystein Bang-Olsen og jeg studerer strategisk ledelse og økonomi ved Universitet i Tromsø. I skrivende stund arbeider jeg med masteroppgaven som undersøker inntektsstrømmene til delingsøkonomiselskap som opererer i Norge. I den forbindelse lurer jeg på om dere kan besvare noen spørsmål angående fakta om selskapet. Det hadde jeg satt veldig stor pris på.

Ved svar vil du/dere som respondent bli anonymisert. I oppgaven vil jeg henviser til respondent for selskapet.

Jeg lurer på om dere kan fortelle meg om følgende opplysninger:

- Omsetning til selskapet/plattformen de siste 5 årene?
- Antall ansatte per dags dato?
- Aktivitet på plattformen eller nettsiden. Med aktivitet menes eksempelvis, antall brukere, antall tilbydere og antall kunder?
- Dere krever et administrasjons eller servicegebyr for tjenestene dere tilbyr. Hvor stort er det og hvem betaler?

Hvis ønskelig kan oppgaven sendes for gjennomlesing før publisering. Ellers blir oppgaven gjort tilgjengelig på Munin UiT desember 2021.

Gjerne ta kontakt hvis noe er uklart.

Mvh

Øystein Bang-Olsen

Hello.

My name is Øystein Bang-Olsen and I am a student at the University of Troms. Currently I am working on my master thesis regarding sharing economy and the revenue streams of the platforms. On that subject I have some question that I would appreciate if they could be answered.

The responder of the company will be anonymous, and will be named as a responder of the company.

I wish to know more about the following subjects:

- Annual revenue the past 5 years?
- Number of employees?
- Different target figures regarding the activity on the platform like number of participants, providers, lenders, user and the number of transactions each year if possible?
- The exact number of transmission fees the platform demand?

The study will be published in the public library to the University of Tromsø December 2021.

In advance, thank you for your time!

Best regards

Øystein Bang-Olsen

8. Litteraturliste

- Amit, R., & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *2012*.
- Andreassen, T. W., Lervik-Olsen, L., Snyder, H., Van Riel, A. C. R., Sweeney, J. C., & Van Vaerenbergh, Y. (2018). Business model innovation and value-creation: the triadic way. *Journal of Service Management*, *29*(5), 883-906. doi:10.1108/JOSM-05-2018-0125
- Apte, U. M., & Davis, M. M. (2019). Sharing Economy Services: Business Model Generation. *California Management Review*, *61*(2), 104-131. doi:10.1177/0008125619826025
- Benjaafar, S., & Hu, M. (2019). Operations Management in the Age of the Sharing Economy: What Is Old and What Is New? *Manufacturing & Service Operations Management*, *22*, 93-101. doi:<https://doi.org/10.1287/msom.2019.0803>
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of cleaner production*, *65*, 42-56. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Curtis, S. K., & Mont, O. (2020). Sharing economy business models for sustainability. *Journal of cleaner production*, *266*, 121519. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121519>
- Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lambertson, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in the Sharing Economy. *Journal of Marketing*, *83*(5), 5-27. doi:10.1177/0022242919861929
- FAFO. (2016, 11.11.2019). Delingsøkonomien - eksisterende tjenester. Retrieved from <https://list.ly/list/1ELE-delingsokonomien-eksisterende-tjenester>
- Geissdoerfer, M., Morioka, S. N., de Carvalho, M. M., & Evans, S. (2018). Business models and supply chains for the circular economy. *Journal of cleaner production*, *190*, 712-721. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.159>
- Guo, Y., Chen, J., Zhou, Y., & Geng, J. (2020). Sharing Economy Platforms' Pricing Strategies and Decision Preferences: The Example of DiDi. *Open Journal of Business and Management*, *08*, 1641-1656. doi:10.4236/ojbm.2020.84104
- Guyader, H., & Piscicelli, L. (2019). Business model diversification in the sharing economy: The case of GoMore. *Journal of cleaner production*, *215*, 1059-1069. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.114>

- Henry, M., Schraven, D., Bocken, N., Frenken, K., Hekkert, M., & Kirchherr, J. (2021). The battle of the buzzwords: A comparative review of the circular economy and the sharing economy concepts. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 38, 1-21. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.10.008>
- Herbert, M., & Collin-Lachaud, I. (2017). Collaborative practices and consumerist habitus: An analysis of the transformative mechanisms of collaborative consumption. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 32(1), 40-60. doi:10.1177/2051570716678736
- Hossain, M. (2020). Sharing economy: A comprehensive literature review. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102470. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102470>
- Hågensli, M., & Solibakke, M. H. (2016). *Masteroppgave Delingsøkonomien i Norge - Kartlegging og kategorisering av delingstjenester i det norske markedet*.
- Jacobsen, D. I. (2018). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (3 ed.). Oslo: Cappelen Damm AS.
- Jesnes, K., Øistad, B. S., Alsos, K., & Nesheim, T. (2016). Aktører og arbeid i delingsøkonomien. *Delrapport. Fafo-notat*, 23.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. *Harvard business review*, 86(12), 57-68.
- Klarin, A., & Suseno, Y. (2021). A state-of-the-art review of the sharing economy: Scientometric mapping of the scholarship. *Journal of Business Research*, 126, 250-262. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.063>
- Kumar, V., Lahiri, A., & Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69, 147-160. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
- Laczko, P., Hullova, D., Needham, A., Rossiter, A.-M., & Battisti, M. (2019). The role of a central actor in increasing platform stickiness and stakeholder profitability: Bridging the gap between value creation and value capture in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 76, 214-230. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.08.010>

- Leoni, V., & Nilsson, W. (2021). Dynamic pricing and revenues of Airbnb listings: Estimating heterogeneous causal effects. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102914. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102914>
- Mont, O., Palgan, Y. V., Bradley, K., & Zvolška, L. (2020). A decade of the sharing economy: Concepts, users, business and governance perspectives. *Journal of cleaner production*, 269, 122215. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122215>
- NOU 2017:4 Oslo - Norsk offentlig utredning 2017:4 - Delingsøkonomien
- Nußholz, J. L. K. (2017). Circular Business Models: Defining a Concept and Framing an Emerging Research Field. *Sustainability*, 9(10), 1810. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/10/1810>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, N.J: John Wiley.
- Pedersen, S., Haavardsholm, O., & Vennemo, H. (2016). *Delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi – i dag og i fremtiden*. Vista Analyse
- Pettersen, L. (2017). Sorting things out: A typology of the digital collaborative economy. *First Monday*, 22(8). doi:10.5210/fm.v22i8.7805
- Pettersen, L., Kjørstad, I., & Rosenberg, T. G. (2016). *Delingsøkonomi - et kvalitativt øyeblikksbilde fra Norge*. Retrieved from Oslo:
- Reuschl, A., Tiberius, V., Filser, M., & Qiu, Y. (2021). Value configurations in sharing economy business models. *Review of Managerial Science*. doi:10.1007/s11846-020-00433-w
- Ritter, M., & Schanz, H. (2019). The sharing economy: A comprehensive business model framework. *Journal of cleaner production*, 213, 320-331. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.154>
- Sanasi, S., Ghezzi, A., Cavallo, A., & Rangone, A. (2020). Making sense of the sharing economy: a business model innovation perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(8), 895-909. doi:10.1080/09537325.2020.1719058
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7th ed. ed.). Harlow: Pearson.
- Sethi, K., Biswas, B., & Balodi, K. C. (2021). Mobilizing B2B Electronic Marketplace: An Exploratory Study of Critical Success Factors among Indian Start-ups. *Global Business Review*, 09721509211005675. doi:10.1177/09721509211005675
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2), 172-194. doi:<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>

- van Waes, A., Farla, J., Frenken, K., de Jong, J. P. J., & Raven, R. (2018). Business model innovation and socio-technical transitions. A new prospective framework with an application to bike sharing. *Journal of cleaner production*, *195*, 1300-1312.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.223>
- Weber, T. A. (2014). Intermediation in a Sharing Economy: Insurance, Moral Hazard, and Rent Extraction. *Journal of Management Information Systems*, *31*(3), 35-71.
doi:10.1080/07421222.2014.995520
- Ye, P., Qian, J., Chen, J., Wu, C.-h., Zhou, Y., De Mars, S., . . . Zhang, L. (2018). *Customized regression model for airbnb dynamic pricing*. Paper presented at the Proceedings of the 24th ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery & data mining.
- Zimmermann, S., Angerer, P., & Nault, D. P. R. (2018). Pricing in C2C Sharing Platforms. *Journal of the Association for Information Systems*, *19*, 672-688.
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, *37*(4), 1019-1042.
doi:10.1177/0149206311406265