

**Examensarbete för kandidatexamen**

# Vill du dela?

## En kvalitativ studie av privatpersoners deltagande i kollaborativ konsumtion

Teo Sandahl  
Hanna Sandin

Antal ord: 14999

Gruppenr: 74

Handledare:  
Erika Andersson Cederholm

Examensarbete  
VT 2019

## Förord

---

I samma veva som uppsatsidén formulerades fångades vår uppmärksamhet av alla de elscootrar som plötsligt började synas på gatorna, av artiklar kring IKEA som skulle börja hyra ut möbler och av att företag erbjöd tillfällig uthyrning av verktyg. Vi frågade oss varför personer hellre vill dela resurser med andra istället för att äga sina egna saker och där föddes vårt intresse för kollaborativ konsumtion. De senaste månaderna har vi läst om, undersökt och analyserat varför konsumenter delar resurser med varandra och vi är glada att äntligen få dela med oss av resultatet.

Erika Andersson Cederholm, tack för du har delat med dig av kloka råd, nya infallsvinklar och har varit vårt bollplank under uppsatsskrivandets gång.

Ulla Urde, tack för att du har delat med dig av ditt granskande öga, tips kring skrivteknik och framförallt av din entusiasm. Tänk att det kan vara så kul att skriva!

Alla ni som ställt upp som intervjupersoner, tack för att ni har delat med er av era upplevelser av att dela. Det har varit ett nöje att få bygga vår uppsats på era intressanta berättelser.

Helsingborg, 27 maj 2019

Teo Sandahl och Hanna Sandin

## Sammanfattning

---

Kollaborativ konsumtion har blivit vanligare som en följd av att antalet personer som väljer att dela resurser med andra har ökat. Konsumtionsformen innebär att konsumenter, mot ekonomisk eller annan form kompensation, ges tillfällig tillgång att nyttja resurser utan att äga dem. Studiens syfte är att bidra med en djupare och mer nyanserad förståelse kring vilken mening deltagande i kollaborativ konsumtion fyller, vad som hindrar deltagandet samt hur deltagandet påverkas av den kontext och omgivning praktiken sker i. Genom en kvalitativ ansats och genomförande av semistrukturerade djupintervjuer undersöker vi varför konsumenter väljer, alternativt inte väljer att konsumera kollaborativt. Det empiriska materialet tolkas och teoretiseras därefter genom ett praktikteoretiskt perspektiv, för att därigenom skapa ökad förståelse kring hur individers upplevda mening med kollaborativ konsumtion konstrueras, varför konsumtionspraktiken i vissa fall hindras och hur situationen styr hur deltagandet ser ut.

Våra resultat visar att personer tycks konsumera kollaborativt om det på något sätt gynnar den egna individen. Ofta tycks deltagande i kollaborativ konsumtion fylla en mening i att öka den egna bekvämligheten, markera social gruppstillhörighet eller att slippa undan obekväma lånesituationer med vänner och främlingar. Det kan också vara så enkelt som att kollaborativ konsumtion upplevs som en lustfylld aktivitet. Det som tycks hindra deltagande är om praktiken inte gynnar den egna individen. Personer som inte använder delningstjänster tycks uppleva att det är en börda att delta, vilket ofta verkar bero på otillräcklig kunskap om tjänsterna. Det som kan hindra konsumenter från att nyttja delningstjänster i stunden, trots att de så önskar, är att den resurs som ska delas av olika skäl inte finns att tillgå, och att den mening deltagandet skulle ha fyllt således upphör. Att kollaborativ konsumtion hindras i stunden tycks emellertid inte hindra konsumenter från framtida nyttjande av delningstjänster. Slutligen tycks socialt nätverk och huruvida individer befinner sig utomlands eller i Sverige kunna påverka om kollaborativ konsumtion fyller en mening eller ej.

Nyckelord: *delningsekonomi, kollaborativ konsumtion, praktikteori, social kontext, mening, hinder, konsumentbeteende.*

## Innehållsförteckning

<b>Förord .....</b>	<b>.....</b>
<b>Sammanfattning.....</b>	<b>.....</b>
<b>1.Inledning .....</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Problemdiskussion .....	2
1.3 Syfte och frågeställningar.....	4
<b>2. Teoretisk referensram .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tidigare forskning kring delningsekonomi och kollaborativ konsumtion .....	5
2.1.1 Delningsekonomi.....	5
2.1.2 Kollaborativ konsumtion .....	6
2.1.3 Mening med deltagande i kollaborativ konsumtion .....	8
2.1.4 Hinder för deltagande i kollaborativ konsumtion.....	10
2.2 Praktikteori .....	11
2.2.1 Kollaborativ konsumtion som praktik .....	12
<b>3. Metod .....</b>	<b>14</b>
3.1 Metodologi och tillvägagångssätt.....	14
3.2 Genomförande av intervjuer.....	15
3.3 Urval.....	15
3.4 Analysmetod.....	16
3.5 Studiens kvalitet .....	17
3.6 Forskningsetik .....	18
<b>4. Mening med kollaborativ konsumtion: Ett samspel mellan praktikens element .....</b>	<b>20</b>
4.1 Kollaborativ konsumtion som praktik: Olika tjänster och dess element.....	20
4.2 Element ett: Mening med kollaborativ konsumtion .....	20
4.2.1 Ökad bekvämlighet och smidighet: Ett sätt att spara pengar och tid.....	21
4.2.2 Frihet från ägandets förpliktelser.....	22
4.2.3 Fördelar med att låna från företag framför vän eller okänd .....	24
4.2.4 Att vara social och markera social grupptillhörighet.....	26
4.2.5 Jag vill testa, det verkar vara en kul grej .....	29
4.3 Element två: Material för att konsumera kollaborativt .....	30
4.4 Element tre: Kompetens för att konsumera kollaborativt .....	30

4.5 I samspel mellan elementen rekonstrueras praktikens mening .....	32
4.5.1 Mening beroende av material .....	32
4.5.2 Mening beroende av kompetens .....	33
<b>5. Identifierade hinder för kollaborativ konsumtion.....</b>	<b>35</b>
5.1 Hinder i form av barriärer .....	35
5.2 Hinder för stunden.....	37
<b>6. Kollaborativ konsumtion: En praktik beroende av den sociala kontexten .....</b>	<b>40</b>
6.1 Sällskap och socialt nätverk .....	40
6.2 Utomlands vs. Sverige.....	42
<b>7. Avslutande diskussion och slutsatser .....</b>	<b>44</b>
7.1 Avslutande diskussion.....	44
7.2 Slutsatser .....	46
7.3 Förslag till framtida forskning.....	47
<b>Referenslista .....</b>	<b>48</b>
<b>Bilagor .....</b>	<b>52</b>

# 1. Inledning

---

*I uppsatsens inledande del presenteras valt forskningsområde och vi redogör för begreppen delningsekonomi och kollaborativ konsumtion. Därefter förs en diskussion kring problematiken med bristande förståelse för konsumenters deltagande i kollaborativ konsumtion, vilken studiens syfte och frågeställningar förankras i.*

## 1.1 Bakgrund

Att människor delar tillgångar med varandra är inget nytt, utan har varit ett naturligt inslag i samhället i århundraden (Belk, 2007, 2014; Frenken & Schor, 2017). Delningsekonomi, från engelskans sharing economy, beskrivs däremot som ett nytt fenomen som uppstått i samband med internet och den teknologiska utvecklingen (Belk, 2014). Delningsekonomi innebär att personer får tillfällig tillgång till resurser genom internetbaserade nätverk och således inte själva behöver äga tillgången för att nyttja den (ibid.). Det nya i detta fenomen är att människor inte längre delar resurser enbart med personer i den direkta närheten, utan även med främlingar (Frenken & Schor, 2017).

Som en följd av att allt fler privatpersoner idag föredrar att dela resurser med andra, och hellre betalar för tillfällig tillgång än att köpa och äga något själv, har marknaden fått ge större plats åt de nätverk genom vilka koordinering av resurser sker (Bardhi & Eckhardt, 2012). Det har i sin tur lett till att traditionella branscher som exempelvis hotell och transport kommer att utmanas av aktörer med affärsmodeller baserade på delande (Habibi, Kim & Laroche, 2016). Exempel på företag som anammat dessa affärsmodeller är Airbnb, bilpooler som Zipcar och olika typer av cykeluthyrare (Botsman & Rogers, 2011). De tjänster som faller inom delningsekonomi och som finns att tillgå på den svenska marknaden idag är bland annat Uber för att dela bilresor, Airbnb för att dela boende och Toolpool för att dela verktyg (Leijonhufvud, 2017). Couch (2019) beskriver också hur elsparkcyklar genom företag som Voi och Lime har blivit ett självklart inslag i svenska storstäder då det finns ett upplevt värde i att inte äga sina färdmedel.

Det växande intresset för delningsekonomi syns inte enbart i form av nya affärsmodeller och konsumtionspraktiker, utan även inom forskningen. Vad begreppet delningsekonomi faktiskt innebär och hur det bör definieras råder det dock delade meningar om (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017; Belk, 2014; Frenken & Schor, 2017; Gössling & Hall, 2019; Habibi et al., 2016). Medan en del forskare väljer att använda begreppet delningsekonomi, och definiera det som delande av underutnyttjade resurser privatpersoner emellan, utan att skifte av ägandeskap sker (Frenken & Schor, 2017; Gössling och Hall, 2019), väljer andra att använda termen kollaborativ konsumtion, från engelskans collaborative consumption, för att även innefatta delande av resurser mellan företag och privatpersoner (Botsman & Rogers, 2011; Belk 2014; Habibi et al., 2016).

## **1.2 Problemdiskussion**

Treadgold och Reynolds (2016, s. 116-125) förutspår att den teknologiska utvecklingen kommer förändra handeln och att nya affärsmodeller krävs för att möta kunders behov. Framförallt förväntas affärsmodeller baserade på delande av resurser att bli vanligare på grund av konsumenters förändrade inställning till ägandeskap (ibid). Flera företag har redan funnit sätt att skapa vinstdrivande verksamheter som bygger på kollaborativ konsumtion (Bardhi & Eckhardt, 2012; Gössling & Hall, 2019), och affärsmodellen tillämpas även av många ideella nätverk som möjliggör delande av resurser privatpersoner emellan (Botsman & Rogers, 2011). Det är tydligt att även allt fler konsumenter önskar konsumera kollaborativt av olika skäl (Botsman & Rogers, 2011), och i Sverige hade cirka 10 procent av invånarna använt någon delningstjänst år 2017 (Leijonhufvud, 2017).

Trots det växande intresset för kollaborativ konsumtion, både från företag och privatpersoner, har forskningen inom området främst gjorts på organisatorisk nivå (Lee, Chan, Balaji & Yee-Long Chong, 2018). Studier på individnivå har inte fått lika stor uppmärksamhet, vilket gör att det saknas kunskap om varför konsumenter väljer denna konsumtionsform (Böcker & Meelen, 2016; Habibi et al., 2016; Hamari, Sjöklint & Ukkonen, 2015; Lee, et al., 2018; Möhlmann, 2015). De få studier som gjorts kring motiv till att konsumera kollaborativt bygger huvudsakligen på kvantitativa undersökningar (t.ex. Böcker & Meelen, 2017; Möhlmann, 2015), där hypoteser kring vilka

faktorer som är avgörande för individer att vilja delta i kollaborativ konsumtion har testats. Tidigare forskning visar att drivkrafter bakom deltagandet bland annat är ekonomi (Bardhi & Eckhardt, 2012; Böcker & Meelen, 2017), miljö- och hållbarhet, sociala aspekter (Botsman & Rodgers, 2011; Böcker & Meelen, 2017) och nöje (Hamari et al., 2015). Vilket eller vilka motiv som är mest avgörande för individers motivation skiljer sig dock åt studierna emellan.

Habibi et al. (2016) påtalar att det finns brister i de studier som gjorts och att studiernas resultat är motsägande eftersom de har utgått från lösa definitioner av vad delningsekonomi faktiskt innebär. Eftersom de kvantitativa studierna utgått från att undersöka förutbestämda dimensioner av motiv har de vissa begränsningar och Böcker och Meelen (2017) argumenterar för att det behövs fler studier på området för att skapa en mer nyanserad förståelse för konsumenters motiv. Hamari et al. (2016) studie visar även att det kan finnas en viss diskrepans mellan attityder och faktiskt beteende och de menar att det därför behövs forskning kring konsumenters faktiska deltagande i kollaborativ konsumtion. Böcker och Meelen (2017) hävdar vidare att det även saknas forskning kring barriärer till att delta i kollaborativ konsumtion. Vi kan därmed identifiera ett tydligt kunskapsglapp inom forskningsfältet och se att det saknas en nyanserad bild kring vad som driver deltagande samt kring vad som hindrar personer från att konsumera kollaborativt.

För att skapa en mer nyanserad bild av vilka faktorer som driver och hindrar konsumenters faktiska deltagande i kollaborativ konsumtion har en praktikteoretisk ansats valts för denna studie. Praktikteori är en av inriktningarna inom kulturteori som syftar till att förstå mänsklig handling och socialt beteende (Reckwitz, 2002). Reckwitz (2002) förklarar att en praktik är en typ av rutinmässigt beteende som består av flera sammanlänkade element, såsom kroppslig och mental aktivitet, materiella ting samt olika typer av kunskap som know-how, förförståelse och motivation. Shove, Pantzar och Watson (2012) delar förenklat in de olika elementen i material, kompetens och mening, och förklarar att en praktik blir till först när dessa är sammanlänkade. Bryts länkarna försvinner praktiken.



Utifrån den praktikteoretiska ansatsen önskas studien bidra till att fylla det upplevda kunskapsgap som tidigare forskning pekar på. Genom att tolka vilken mening praktiken fyller ger praktikteorin oss möjlighet att skapa en djupare förståelse för varför konsumenter väljer att konsumera kollaborativt. Utifrån tolkning av vad det är som gör att länkarna mellan elementen saknas eller bryts kan vi också skapa en förståelse för varför kollaborativ konsumtion som praktik eventuellt hindras. Eftersom tidigare studier kring motiv till kollaborativ konsumtion huvudsakligen varit kvantitativa ser vi vidare ett behov av en mer kontextbaserad studie för att undersöka huruvida kontexten, det vill säga omgivningen och de personer konsumenten omges av, påverkar deltagandet i kollaborativ konsumtion. Den praktikteoretiska ansatsen ger oss möjlighet att undersöka hur den sociala kontexten påverkar huruvida länkarna mellan elementen skapas eller ej.

### **1.3 Syfte och frågeställningar**

Syftet med studien är att bidra med en djupare och mer nyanserad förståelse kring vilken mening deltagande i kollaborativ konsumtion fyller, vad som hindrar deltagandet samt hur deltagandet påverkas av den kontext och omgivning praktiken sker i. Utifrån studiens syfte ämnar vi att besvara följande frågeställningar:

1. Vilken mening fyller kollaborativ konsumtion för konsumenten?
2. Vilka hinder för kollaborativ konsumtion kan identifieras?
3. Hur påverkas konsumentens kollaborativa konsumtion av den sociala kontexten?

## 2. Teoretisk referensram

---

*Den teoretiska referensramen är indelad i två delar. Inledningsvis presenteras tidigare forskning kring paraplybegreppet delningsekonomi, kollaborativ konsumtion samt motiv och hinder kring kollaborativ konsumtion. Därefter redogör vi för den praktikteoretiska ansats som analys av empiriskt material huvudsakligen utgår från.*

### 2.1 Tidigare forskning kring delningsekonomi och kollaborativ konsumtion

#### 2.1.1 Delningsekonomi

Sedan början av 2000-talet har marknaden fått ge plats åt allt fler aktörer som gör det möjligt för privatpersoner att dela resurser med varandra (Botsman & Rogers, 2011). Att dela resurser är i sig inget nytt fenomen utan något som människor har gjort sedan urminnes tider (Belk, 2014). Det som är nytt är däremot att dela med främmande människor, vilket har möjliggjorts tack vare teknologiska plattformar (Frenken & Schor, 2017; Gössling & Hall, 2019). Gemensamt för dessa plattformar är att de skapar en effektiv marknad för delande av resurser. Dock kan det finnas olika incitament bakom plattformarna. En del aktörer, såsom Uber och Airbnb, driver delningstjänster i vinstmaximerande syfte medan andra aktörer drivs av icke-ekonomiska motiv och snarare ser delningstjänster som ett sätt att möta samhällsproblem (Schor, 2014).

I takt med att dessa aktörer har etablerat sig på marknaden har forskare inom konsumtion också bevitnat uppkomsten av en grupp nya, något spretiga men relaterade begrepp (Belk, 2014). Collaborative consumption, commercial sharing systems, prosumption, product-service systems och access-based consumption är alla exempel på benämningar för nya former av affärsmodeller och konsumtionspraktiker. Trots något skilda innebörder begreppen emellan bygger de alla på någon form av delande av resurser, och har därför hamnat under samlingsbegreppet “sharing economy” (Belk, 2014). Gemensamt är att de går ut på att ge personer tillfällig tillgång till resurser utan att de behöver äga dem, samt att praktikerna bygger på internetbaserade nätverk som möjliggör allokering av resurserna (ibid.). Trots att begreppet delningsekonomi har blivit populärt har forskare inte enats kring en gemensam definition av begreppet (Acquier et al., 2017). Idag är termen något av en “catch-all label”, som täcker ett stort spektra av praktiker, branscher och affärsmodeller, och innefattar såväl vinst- som icke-vinstdrivande initiativ (ibid.). Acquier et al.

(2017) väljer därför att se delningsekonomi som ett paraplybegrepp som innefattar en mängd olika praktiker och modeller.

Acquier et al. (2017) beskriver att en del förespråkare av delningsekonomi tenderar att inkludera flera olika modeller i begreppet, medan andra förhåller sig kritiska till detta och vill ha en snävare definition. En del forskare väljer att använda begreppet delningsekonomi och snävt definiera det som delande av underutnyttjade resurser privatpersoner emellan, möjligtvis mot ekonomisk kompensation, där inget skifte av ägandeskap sker (Frenken & Schor, 2017; Gössling & Hall, 2019). Definitionen utesluter således att det är företag som står för tillgången. De forskare som väljer att även inkludera delande mellan företag och privatpersoner använder istället begrepp som access based-consumption (Bardhi & Eckhardt, 2012) eller kollaborativ konsumtion (Belk, 2014; Botsman & Rogers, 2011; Habibi et al., 2016). Då vi i denna studie är intresserade av att undersöka vilken mening konsumenter finner med att betala för tillgång istället för ägande spelar det ingen roll om det är ett företag eller en privatperson som möjliggör tillgången. En bredare definition är därför lämplig i detta syfte, och vidare redogör vi för olika tolkningar av kollaborativ konsumtion.

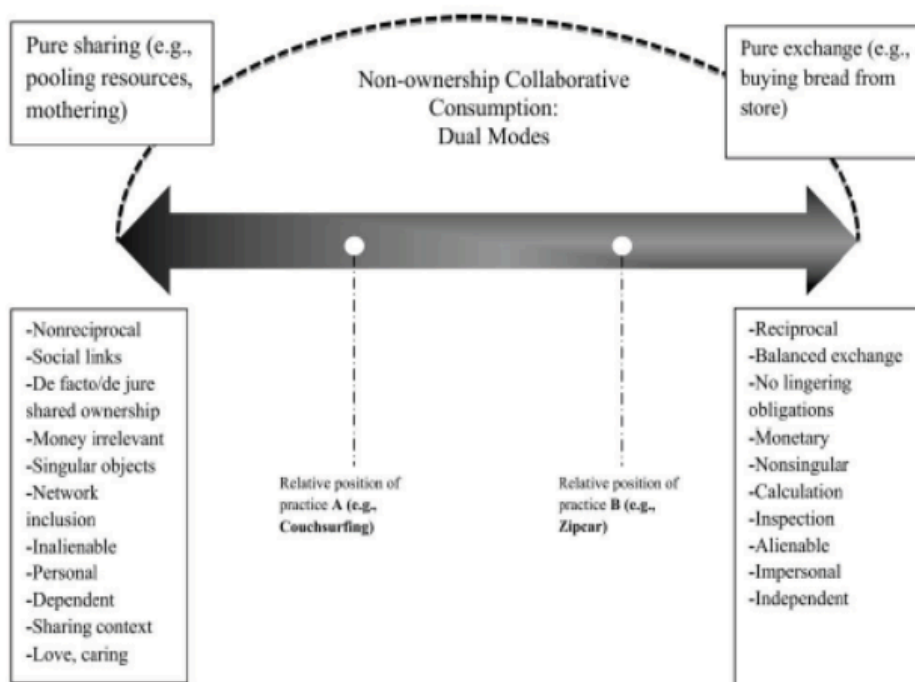
### **2.1.2 Kollaborativ konsumtion**

Botsman och Rogers (2011) var bland de första att använda termen kollaborativ konsumtion, vilket innebär att personer inom ett nätverk delar, lånar och byter resurser med varandra för att nyttja tillgångar utan att äga dem. Det finns två sätt att delta i kollaborativ konsumtion. Personer kan dels anta rollen som peer provider och vara den som tillhandahåller resurser för andra att nyttja, dels anta rollen som peer user och vara den som konsumerar tillgängliga resurser (Botsman & Rogers, 2011, s. 70). I denna uppsats ligger fokus på det senare alternativet och deltagare ses i rollen som konsument.

Botsman och Rogers (2010) delar in praktiker som räknas till kollaborativ konsumtion i tre system: 1) Product service systems som möjliggör för privatpersoner att tillfälligt hyra exempelvis verktyg från antingen företag eller privatpersoner, 2) Redistribution markets som innebär att begagnade tillhörigheter får nya ägare, samt 3) Collaborative lifestyles som innebär att privatpersoner utbyter resurser av immateriell karaktär, såsom tid, plats och kunskap. Belk (2014) menar att Botsman och Rogers (2011) definition är för bred och ser istället kollaborativ konsumtion som att få tillfällig

tillgång till en resurs mot någon form av kompensation, där inget skifte av ägande sker, och utesluter således Redistribution systems. Habibi et al. (2016) vidareutvecklar Belks (2014) definition och använder begreppet Non-ownership Collaborative Consumption. De inkluderar praktiker och aktiviteter som innefattar någon form av kompensation eller utbyte. Dock behöver detta utbyte inte vara i monetära termer.

Habibi et al. (2016) menar att kollaborativ konsumtion innefattar praktiker som är dualistiska i sin karaktär då de innehåller element både av delande och marknadstransaktion. Forskarna har utvecklat ett ramverk där olika praktiker placeras ut längs ett kontinuum i förhållande till huruvida praktikerna är närmast delande eller marknadstransaktion i sin natur (se figur 1). Delande i sin rena form innebär att resurser delas utan kompensation, ofta inom familjen, och till motpolen marknadstransaktion räknas traditionellt utbyte av pengar mot vara eller tjänst. Så länge praktiker inrymmer element av både delande och marknadstransaktion och inget skifte i ägande sker kan praktiker räknas till kollaborativ konsumtion (Habibi et al., 2016).

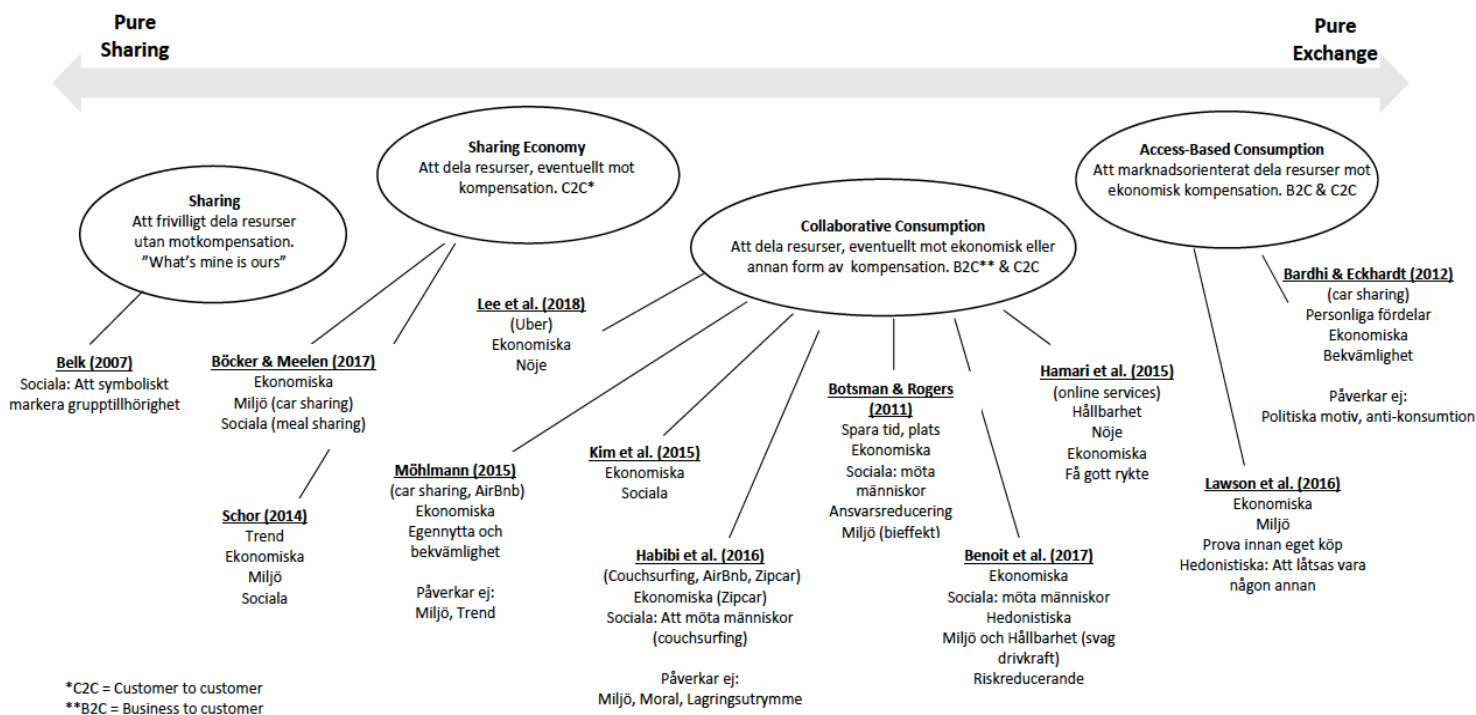


Figur 1: Non-ownership collaborative consumption continuum (Habibi et al., 2016).

Habibi et al. (2016) uppmuntrar andra forskare att använda deras ramverk för att studera och förklara olika dimensioner inom kollaborativ konsumtion. Ramverket ligger till grund för denna studie och kollaborativ konsumtion definieras, enligt Habibi et als. (2016) och Belks (2014) tolkning, som en alternativ konsumtionspraktik med inslag av både delande och transaktion, där personer ges tillfällig tillgång till en resurs mot en avgift eller annan form av utbyte, samt att inget skifte av ägandeskap sker.

### 2.1.3 Mening med deltagande i kollaborativ konsumtion

För att förstå varför konsumenter väljer att delta i kollaborativ konsumtion har en litteraturöversikt över de studier som undersöker motiv till deltagande gjorts. Habibi et al. (2016) beskriver hur tidigare forskning visar motsägande resultat, som en följd av lösa definitioner av vad delningsekonomi faktiskt innebär, något också vår litteraturöversikt visar. För att synliggöra mönster i tidigare forskningsresultat har vi skapat en modell (se figur 2) med återkoppling till Habibi et als. (2016) ramverk. De delningsekonomiska begreppen som tidigare studier har utgått ifrån har placerats ut längs samma kontinuum i förhållande till huruvida dess innebörd är närmare pure sharing eller pure exchange i sin natur.



Figur 2: Modell baserad på litteraturöversikt. Illustration av vilka motiv tidigare studier visat ligga till grund för deltagande i kollaborativ konsumtion.

Utifrån gjord litteraturöversikt kan vi konstatera att forskare är överens om att sociala och ekonomiska motiv har betydelse för personers incitament till att konsumera kollaborativt. De sociala motiven innefattar aspekter som att möta nya människor (Benoit, Baker, Bolton, Gruber & Kandampully, 2017; Botsman & Rogers, 2011; Habibi et al., 2016) och att symboliskt markera grupptillhörighet (Botsman & Rogers, 2011; Belk, 2007). De ekonomiska motiven innebär att spara pengar genom att dela och reducera kostnader (Benoit et al., 2017; Böcker & Meelen, 2017; Lee et al, 2018) samt att minska sök- och transaktionskostnader (Möhlmann, 2015). Habibi et al. (2016) konstaterar att de sociala motiven har större betydelse för kollaborativa konsumtionspraktiker som är närmare delande i sin natur medan de ekonomiska motiven till högre grad driver deltagande i praktiker som är närmare marknadstransaktion i sin natur. Av modellen att döma verkar även bekvämlighet, egennyttan och hedonistiska motiv ha större betydelse för de praktiker som är närmare pure exchange. Drivkrafterna är bland annat att slippa ansvar för underhåll (Bardhi & Eckhardt, 2012; Benoit et al., 2017; Botsman & Rogers, 2011), att kunna prova en produkt innan anskaffning (Lawson, Gleim, Perren & Hwang, 2016) samt att kunna konsumera lyxartiklar ekonomin annars inte tillåter (Benoit et al., 2017; Lawson et al., 2016) .

Herbert och Collin-Lachaud (2017) menar vidare att ett motiv till kollaborativ konsumtion kan vara att låna artiklar för att uttrycka sin identitet. Bourdieu (1986, refererad i Paterson, 2006, s. 43-44) menar att konsumtion är ett sätt distansera sig från olika grupper i samhället. Genom att välja rätt typ av konsumtion kan personer uttrycka sitt kulturella kapital för att markera sin status och klasstillhörighet. Vad som anses vara rätt konsumtion beror på individens habitus (ibid). Herbert och Collin-Lachaud (2016) förklarar även att ett motiv till att utöva kollaborativ konsumtion kan vara att visa en medvetenhet kring att konsumtionsformen anses vara "den rätta", vilket de menar är ett resultat av individens habitus.

Huruvida miljö och hållbarhet är motiv för nyttjande av delningstjänster är omtvistat. Medan Schor (2014) och Lawson et al. (2016) menar att det är ett grundläggande motiv menar Benoit et al. (2017) att det är ett av de svagare motiven. Botsman och Rogers (2011) betonar att delningstjänsters positiva inverkan på miljön snarare är en bieffekt än ett primärt motiv för deltagande, och Möhlmann (2015) och Habibi et al. (2016) hävdar att miljö och hållbarhet inte alls har någon inverkan på personers vilja att använda delningstjänster. Det råder även

meningsskiljaktigheter kring trendfaktorers betydelse för deltagande. Schor (2014) menar att konsumenter kan attraheras av att delningstjänster framstår som trendiga, medan Möhlmanns (2015) studie motsatt visar att konsumenters motiv inte drivs av trender.

Gemensamt för studierna är att de undersöker motiv att vilja delta i kollaborativ konsumtion. Således har inte den faktiska meningen deltagande fyller undersökts. Hamari et al. (2015) resultat tyder på att det kan finnas viss diskrepans mellan inställning och faktiskt beteende, då motiv av olika anledningar inte nödvändigtvis behöver översättas i konkret handling. I kommande stycke redogörs aspekter som kan hämma deltagande.

#### **2.1.4 Hinder för deltagande i kollaborativ konsumtion**

Kim, Yoon, Zo (2015) menar att upplevd risk har en negativ inverkan på konsumenters motiv för nyttjande av delningstjänster. Aspekter som kan hämma kollaborativ konsumtion är exempelvis risk att bli bestulen, risk i samband med utlämnande av personuppgifter (Lee et al., 2018) och risk att den produkt som ska nyttjas är trasig (Lawson et al., 2016). Forskning tyder även på att personer som ser tillgångar som nyckeln till lycka och ett medel för att uttrycka sin identitet är mindre benägna att dela med andra (Belk, 2007; Habibi et al., 2016). Botsman och Rogers (2011) beskriver vidare att utbudet måste vara tillräckligt stort för att personer ska välja kollaborativ konsumtion framför traditionell shopping, annars finns ingen anledning att delta. Botsman och Rogers (2011) betonar även att kollaborativ konsumtion är beroende av att det finns social proof, en tillräckligt stor användargrupp som kan hjälpa individer att överkomma psykologiska barriärer för att testa nya beteenden genom att sända ut ett budskap om att alla andra gör det. Vidare menar Salomonsson (2018, s. 174-189) att lån är förknippade med outtalade regler för avbetalning och återlämnande och att personer kan ta avstånd från delningstjänster eftersom de inte vill stå i skuld till utlånaren eller göra denna besviken. Å andra sidan skriver författaren att samverksanspooler kan avdramatisera förhållandet mellan lånare och utlånare och att inställningen till delningstjänsterna således kan förändras (Salomonsson, 2018, s. 185-186)

Sammanfattningsvis är de barriärer som forskning inom kollaborativ konsumtion hittills redogör för främst relaterade till konsumenters inställning. Det kan dock tänkas finnas fler hinder som uppenbaras först när det faktiska deltagandet studeras. En praktikteoretisk ansats ger oss möjlighet

att analysera hur det faktiska deltagandet ser ut och identifiera fler aspekter som kan innebära att kollaborativ konsumtion inte blir av.

## 2.2 Praktikteori

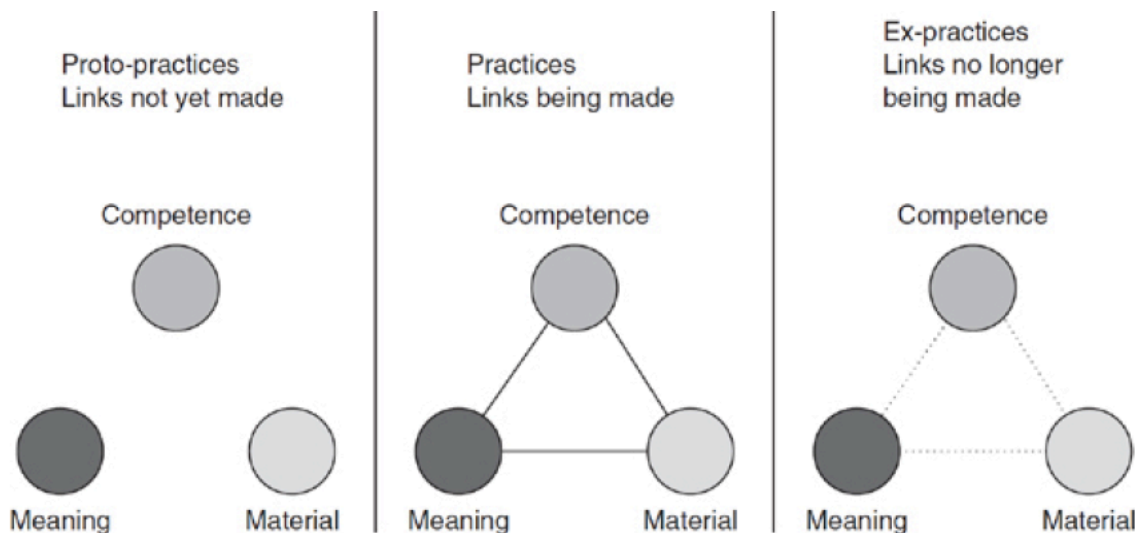
Praktikteori är en av inriktningarna inom kulturteori som syftar till att förklara mänsklig handling och socialt beteende (Reckwitz, 2002). Kulturteorins utgångspunkt är att den sociala kontexten avgör hur människors beteende ser ut. Praktikteori bygger på antagandet att socialt beteende kan brytas ned i sammanlänkade praktiker. För att förstå socialt beteende analyseras därför enskilda praktiker.

En praktik är enligt Reckwitz (2002) “a routinized type of behaviour which consists of several elements interconnected to one another: forms of bodily activities, forms of mental activities, ‘things’ and their use, a background knowledge in the form of understanding, know-how, states of emotions and motivational knowledge”. Det rör sig alltså om sammanlänkade element som tillsammans skapar en praktik. Shove et al. (2012) använder skateboarding som exempel för att illustrera vad en praktik är. Skateboarding består av en sammansättning av element; en gata att åka på, en skateboard, kroppslig kompetens för att kunna kontrollera skateboarden, samt en mening för utövaren att åka skateboard. Reckwitz (2002) menar att elementen är beroende av varandra för att praktiken ska ske. Utan gata, skateboard, kompetens eller mening med att åka kommer skateboarding som praktik inte att bli av. Skateboarding som praktik består alltså av ett mönster av olika sammanlänkade element som gör att praktiken kan ses som en igenkännbar enhet “practice-as-entity”, men också som något som kan utövas genom att reproducera dess element, “practice-as-performance” (Shove et al., 2012). På liknande sätt kan kollaborativ konsumtion förstås som en enhet likväl som något som kan utövas, att konsumera kollaborativt.

Baserat på Reckwitz (2002) tolkning av praktikteori föreslår Shove et al. (2012) en förenklad modell av teorin som bygger på två grundantaganden: 1) De olika elementen delas in i de tre kategorierna mening, material och kompetens och 2) Praktiker växer fram, består och försvinner när länkar mellan elementen skapas och bryts. Till material räknas objekt, infrastruktur, redskap, hårdvara och den egna kroppen, alla de “saker” som krävs för att utföra praktiken. Kompetens innefattar all form av förförståelse och praktisk know-how, det vill säga den kunskap som krävs.



Mening innefattar mentala aktiviteter, känslor och motiv, det vill säga den betydelse praktiken har för utövaren. Shove et al. (2012) beskriver att elementen ofta redan finns “där ute och väntar på att bli sammanlänkade”, men att det först är när länkar mellan elementen skapas som en praktik faktiskt blir till (se figur 3). Betraktas kollaborativ konsumtion som en praktik krävs det alltså att individer finner en mening med deltagandet samt har kompetens och material som krävs, annars kommer deltagande inte att ske.



Figur 3: Illustration av hur en praktik växer fram, består och försvinner när länkar mellan elementen skapas eller bryts (Shove et al., 2012).

### 2.2.1 Kollaborativ konsumtion som praktik

Warde (2005) ser inte konsumtion som en praktik, utan snarare ett moment som ingår i de flesta praktiker för att anskaffa det material som enskilda praktiker kräver. Svingstedt och Fuentes (2017) betraktar däremot shopping som en praktik, eller en grupp praktiker, som syftar till att anskaffa produkter, och använder det praktikteoretiska ramverket för att analysera mobilshopping som praktik för att förstå dess olika element. I denna studie används ramverket på likande sätt och kollaborativ konsumtion betraktas både som en praktik och en grupp praktiker som syftar till att konsumera tillgångar utan att själv äga dem. Kollaborativ konsumtion förstås som en övergripande praktik, men beroende på vilken delningstjänst individer nyttjar kan praktiken tänkas ta olika uttryck. Precis som Shove et al. (2012) menar att bilkörning kan se olika ut i Indien jämfört med

Sverige på grund av skillnader i den sociala kontexten, trots att praktiken är densamma, kan kollaborativ konsumtion tänkas se olika ut beroende på i vilken omgivning den utövas.

Reckwitz (2002) förklarar att praktikteori inte kan ge en sanning om världen, men att den fungerar som ett redskap för att kunna prata om och tolka de fenomen vi ser. Praktikteorin kan hjälpa oss att få en djupare förståelse för varför konsumenter utövar kollaborativ konsumtion utifrån att tolka vilken mening praktiken fyller. Genom att tolka vad det är som gör att elementen sammanlänkas eller bryts kan vi också skapa en förståelse för hur kollaborativ konsumtion tar sig uttryck sig och varför den eventuellt hindras.

## 3. Metod

---

*I följande kapitel beskrivs studiens tillvägagångssätt. Vi förklarar varför vi valt kvalitativ metod, hur intervjuer gjorts, hur vi resonerat kring urval och hur vi analyserat det empiriska materialet. Avslutningsvis diskuteras studiens kvalitet och hur etiska riktlinjer beaktats.*

### 3.1 Metodologi och tillvägagångssätt

Studiens syfte var att bidra med en djupare och mer nyanserad förståelse kring vilken mening deltagande i kollaborativ konsumtion fyller, vad som hindrar deltagandet samt hur deltagandet påverkas av den kontext och omgivning praktiken sker i. Målet var att fånga personers egna upplevelser av sitt deltagande och därför valdes en kvalitativ forskningsmetod. Metoden lämpade sig eftersom den kvalitativa ansatsen syftar till att beskriva fenomen i sin kontext för att öka förståelsen för fenomenet (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 13), och vidare ämnar att uppfatta den sociala verkligheten på samma sätt som personerna som lever i den (Bryman, 2011, s. 362). Med förståelse för att intervjupersonernas upplevelser är deras personliga tolkningar av verkligheten tolkade vi i vår tur dessa utifrån det teoretiska ramverket, för att därigenom öka förståelsen kring privatpersoners deltagande i kollaborativ konsumtion. Studien utgick således från en hermeneutisk ansats, vilket enligt Bryman (2011, s. 32) är ett tolkningsperspektiv med fokus på förståelse av mänskliga handlingar. Vidare tillämpades ett konstruktionistiskt förhållningssätt. Studien utgick från Justesen och Mik-Meyers (2010, s. 21) definition av konstruktionism som bygger på antagandet om att människors kunskap om världen i någon form är konstruktioner av verkligheten. I studien sågs individernas upplevda mening och hinder kring deltagande inte som några förbestämda kategorier vilka går att mäta, utan som intervjupersonernas egna konstruktioner av verkligheten.

Förhållandet mellan teori och empiri var abduktivt. Abduktion beskrivs av Patel och Davidsson (2003, s. 24) som en kombination av deduktion och induktion, och är enligt Kvale och Brinkmann (2014, s. 239) en resonemangsform som används för att förstå eller förklara något. För att förstå den insamlade empirin utgick vi från praktikteori och tidigare forskning kring kollaborativ konsumtion, och valde att komplettera med ytterligare teori efterhand. Tillvägagångssättet liknar därmed Alvehus (2013, s. 109-110) förklaring av abduktion, en växling mellan teoretisk och

empirisk reflektion där teori och empiri ses som två dimensioner som kontinuerligt omformas då de kommer i kontakt med varandra.

### **3.2 Genomförande av intervjuer**

För insamling av empiri gjordes tio kvalitativa, semistrukturerade djupintervjuer. Genom kvalitativa intervjuer kan tillbakablickande, rekonstruktioner av skeenden och orsaker bakom beteenden fångas (Bryman, 2011). I förhållande till studiens syfte, att öka förståelsen för konsumenters upplevelser av kollaborativ konsumtion och deras interaktion med den sociala kontexten, var metoden därför lämplig.

Inför intervjuerna förbereddes en intervjuguide (se bilaga 1). Kvale och Brinkmann (2014, s. 173) rekommenderar att intervjufrågor är dels tematiska och relaterar till forskningsfrågorna, dels dynamiska för att stimulera ett positivt samtal. Med utgångspunkt i frågeställningarna formulerades därför enkla frågor av berättande karaktär. Intervjuguiden var indelad i två huvuddelar där intervjupersonerna först ombads berätta om delningstjänster de har använt och sedan sådana de inte har använt, för att därigenom fånga mening och hinder kring kollaborativ konsumtion. Intervjuguiden bestod till största del av sonderande frågor, vars intention enligt Bryman (2011, s. 427-428) är att skapa möjligheter för mer detaljerade svar. Under intervjuerna förhöll vi oss flexibla till intervjuguiden för att låta intervjupersonerna styra samtalet.

Intervjuerna varade mellan 60 och 100 minuter och med intervjupersonernas godkännande spelades de in med våra mobiltelefoner. Under samtliga intervjuer förde vi även anteckningar. Ryen (2004, s. 69-71) föreslår att anteckningar bör föras under intervjuer för att notera egna reflektioner, kunna revidera intervjuguiden och underlätta analysarbetet. Anteckningarna användes för att kontinuerligt revidera intervjuguiden efterhand som nya aspekter kom upp under intervjuerna.

### **3.3 Urval**

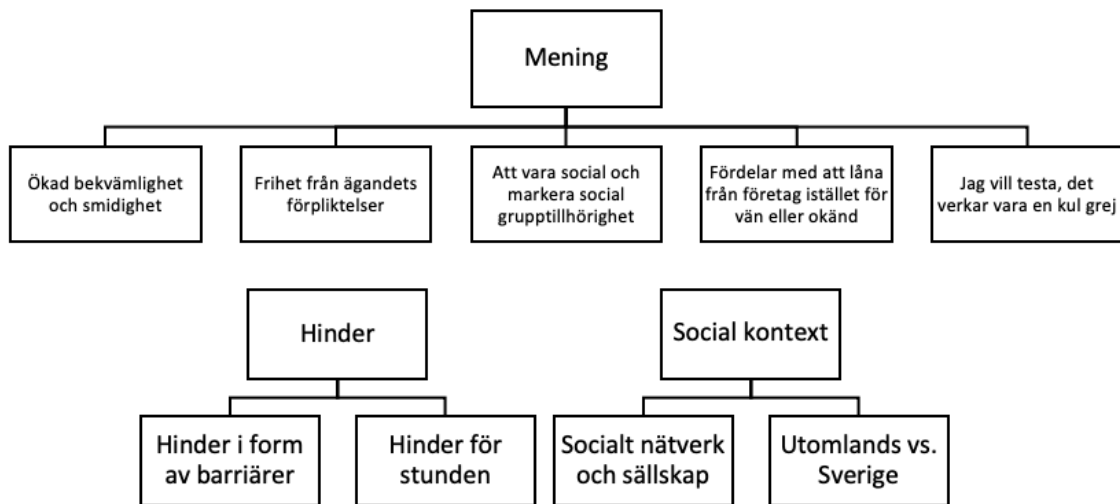
För att besvara frågeställningarna intervjuades personer som har deltagit i någon form av kollaborativ konsumtion. Urvalet var därför målinriktat, vilket enligt Bryman (2011, s. 434) innebär att personer med direkt relevans för frågeställningarna väljs ut. I missivbrevet skrev vi upp

ett antal tjänster som vi i denna studie räknat till kollaborativ konsumtion (se bilaga 2). Kriterium för att delta var att personerna hade använt, alternativt hade visat intresse för någon av dessa eller liknande tjänster. Medvetet valde vi att inte begränsa urvalet till användare av en viss tjänst då vi, i kontrast till tidigare studier, ville fånga ett vidare spektrum av mening kring deltagande, och snarare var intresserade av fenomenet att dela resurser än av specifika tjänster.

Vidare var urvalet ett icke-sannolikhetsurval i form av ett bekvämlighetsurval. Bekvämlighetsurval är enligt Alvehus (2013, s. 68) den typ av urval som baseras på vilka deltagare som finns tillgängliga för forskarna. Till denna studie delades missivbrevet på Facebook, i våra privata flöden, i olika studentforum för studenter vid såväl Campus Helsingborg, Lunds Universitet som Malmö Universitet, samt i olika delningsekonomiska forum efter administratörers godkännande. Det var alltså medlemmar i dessa Facebook-forum som var tillgängliga för oss. Nio av de tio utvalda intervjupersonerna var studenter. Bryman (2011, s. 194) menar att problemet med bekvämlighetsurval är att resultaten inte går att generalisera. För studiens syfte var det inte av vikt att kunna generalisera resultaten, utan fokus var att skapa en djupare och kontextuell förståelse för intervjupersonernas deltagande i kollaborativ konsumtion. Därav var urvalsmetoden lämplig för att uppfylla studiens syfte.

### **3.4 Analyismetod**

I anslutning till varje intervju diskuterades anteckningarna som fördes under intervjun och vi började redan här urskilja återkommande teman i intervjupersonernas berättelser. Efter att ha transkriberat intervjuerna fortsatte vi den process som Rennstam och Wästerfors (2015, s. 69) benämner som sortering, för att finna återkommande teman i materialet. Utifrån frågeställningarna letade vi efter återkommande situationer då intervjupersonerna valt respektive inte valt att nyttja delningstjänster, för att förstå vilken mening de funnit med deltagandet respektive vad som hindrat deltagandet. Genomgående under sorteringsprocessen utgick vi från att förstå materialet ur ett praktikteoretiskt perspektiv och letade efter återkommande situationer i vilka mening och hinder kunde förklaras utifrån elementens samspel. I samband med sorteringen växte studiens tredje frågeställning fram, då vi återkommande fann att den situation och omgivning intervjupersonen har befunnit sig i haft betydelse för om kollaborativ konsumtion har skett eller ej. De olika kategorierna gavs därefter egna teoretiska etiketter (se figur 4).



Figur 4: Illustration över de teoretiska etiketter som tilldelades de olika kategorierna.

Vidare förklarar Rennstam och Wästerfors (2015, s. 135) att empiri kan behöva reduceras. Vi valde bort vissa kategorier för att framförallt lyfta de teman som kunde tillföra nytt förklaringsvärde till forskningsfältet och bidra till att fylla det identifierade kunskapsglappet. Det sista steget i analysprocessen är enligt Rennstam och Wästerfors (2015, s. 138) att teoretisera materialet. Utifrån ett praktikteoretiskt perspektiv, och i förhållande till tidigare forskning kring kollaborativ konsumtion, argumenterade vi med grund i vår data för hur mening och hinder med kollaborativ konsumtion kan förstås på ett nytt sätt. Vidare valde vi att presentera de empiriska fynden i samband med analysen för att läsaren lättare ska kunna följa vår argumentation.

### 3.5 Studiens kvalitet

Justesen och Mik-Meyer (2011, s. 127) argumenterar för vikten av att under hela forskningsprocessen reflektera över de kvalitetskriterier som säkerställer forskningens kvalitet och tillförlitlighet. För att säkra studiens tillförlitlighet utgick vi från Brymans (2011, s. 354) fyra delkriterier trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet samt möjlighet att styrka och konfirmera.

Trovärdigheten i en studie handlar om huruvida forskarna lyckas tolka och rapportera respondenternas uppfattning i enlighet med respondenternas egna beskrivningar (Bryman, 2011, s. 354). Trovärdigheten avgör således hur acceptabel studien är i andras ögon. För uppfyllande av

trovärdighetskriteriet följde vi under intervjuerna frekvent upp med tolkande frågor för att säkerställa att vi hade förstått och tolkat intervjupersonens svar korrekt. Vi uppmuntrade även intervjupersonerna att ställa frågor vid eventuella oklarheter.

En studies överförbarhet rör möjligheten att föra över resultat till en annan kontext (Bryman, 2011, s. 355). Då kvalitativa studier oftast sker i en specifik miljö är det enligt Bryman (2011, s. 355) viktigt att ge täta beskrivningar av detaljer för att andra forskare ska kunna avgöra huruvida resultaten är överförbara. För att läsare tydligt ska kunna skapa sig en bild av studiens kontext var vi därför noggranna med att definiera vad som i studien räknats till kollaborativ konsumtion samt att definiera vad vi har menat med mening och hinder. För att uppnå pålitlighet krävs vidare en fullständig redogörelse av forskningsprocessens faser (ibid.). För att uppfylla detta krav fördes loggbok under arbetets gång, vilken sedan användes för att transparent redogöra för tillvägagångssättet och på så sätt visa belägg för studiens slutsatser.

Slutligen rör kravet kring möjlighet att styrka och konfirmera att forskare agerar i god tro och att personliga värderingar inte styr studiens slutsatser (Bryman, 2011, s. 355-356). Vi strävade därför efter att vara objektiva i vår roll och lät intervjupersonerna leda samtalet under intervjuerna för att inte styra deras svar.

### **3.6 Forskningsetik**

I avsikt att skydda studiens deltagare togs de forskningsetiska principerna i noggrann beaktning. För uppfyllande av informationskravet beskriver Bryman (2011, s. 131) vikten av att deltagare delges fullständig information om studien. Redan i missivbrevet informerades de potentiella deltagarna därför om studiens syfte, om deras anonymitet genom processen och beräknad tidsåtgång för intervjun (se bilaga 2). Kravet om konfidentialitet innefattar att behandla personlig information så att den förblir oåtkomlig för obehöriga (Bryman, 2011, s. 132). För att säkra att personerna inte ska kunna identifieras valde vi att anonymisera deltagarna genom fingerade namn. Intervjupersonerna tillfrågades även om det var något som uppkommit under intervjun som de inte ville att vi skulle ta med. Av hänsyn till deltagarna valde vi även att korrigera vissa citat för att inte framställa deltagarna på ett ofördelaktigt sätt. Omformulering har gjorts med försiktighet för att inte ändra innebörden i intervjupersonernas uttalanden.

Samtyckeskravet innebär att intervjupersoner deltar frivilligt efter att ha fått all information kring studien (Kvale & Brinkmann, 2014, s. 107). Förutom fullständig information i missivbrevet, vilken upprepades inledningsvis i intervjuerna, upplystes deltagarna även om rätten att avböja från att svara på frågor och att avbryta intervjun. För att uppfylla nyttjandekravet, vilket innebär att insamlade uppgifter enbart får användas i forskningens syfte (Bryman, 2011, s. 132), informerades slutligen deltagarna även om att den insamlade datan enbart var avsedd för denna studies syfte, samt att uppsatsen kommer att publiceras för allmänheten att läsa.



## **4. Mening med kollaborativ konsumtion: Ett samspel mellan praktikens element**

---

*I följande kapitel undersöker vi inledningsvis vilken mening individer tycks finna med kollaborativ konsumtion. Därefter analyserar vi elementen material och kompetens för att sedan undersöka hur meningen rekonstrueras i samspel med dessa element.*

### **4.1 Kollaborativ konsumtion som praktik: Olika tjänster och dess element**

Som presenterat i den teoretiska referensramen definieras kollaborativ konsumtion i denna uppsats enligt Habibi et al. (2016) och Belks (2014) tolkning, och ses som en alternativ konsumtionspraktik där konsumenten ges möjlighet att tillfälligt nyttja en resurs mot någon form av kompensation, utan att skifte av ägandeskap sker. Kännetecknande för kollaborativ konsumtion är även att delande av resurser inom ett nätverk möjliggörs genom teknologiska plattformar (Belk 2014). De tjänster som intervjupersonerna berättat om är boendedelningstjänsten Airbnb, samåkningstjänsten Uber, bilpoolerna Zipcar och Move About, cykeluthyrningstjänsten Styr-och-ställ, verktygsuthyrningstjänsten Grannsaker samt elscootertjänster som Voi, Lime och Tier. Samtliga av dessa tjänster är internetbaserade och innebär att antingen ett företag eller en privatperson förser konsumenten med tillfällig tillgång till en resurs via en plattform. Vidare förstås kollaborativ konsumtion som en praktik, ett rutinmässigt beteende som innefattar sammanlänkade element. För att deltagande i en praktik ska ske krävs enligt Shove et al. (2012) mening, material och kompetens.

### **4.2 Element ett: Mening med kollaborativ konsumtion**

För att deltagande i en praktik ska ske måste individer finna att praktiken fyller en mening (Shove et al., 2012). Utan anledning att delta sker praktiken inte, oavsett om övriga element finns på plats. Genom att undersöka varför intervjupersonerna har valt att nyttja de olika tjänsterna som går under kollaborativ konsumtion kan vi således skapa en förståelse kring vilken mening de har funnit med sitt deltagande. Vi har identifierat fem kategorier kring mening, vilka presenteras nedan.

#### 4.2.1 Ökad bekvämlighet och smidighet: Ett sätt att spara pengar och tid

Som student så har man ju inte den fetaste lönen. Bor man billigt kan man ju se fler saker, man kan ju äta alla mål hemma. Så, då kan man verkligen styra det efter vad man har för budget. (Intervju, 24 april, Felicia)

Att välja en delningstjänst av ekonomiska skäl är ett återkommande tema i intervjupersonernas berättelser. Citatet ovan indikerar att den bakomliggande drivkraften till valet att bo på Airbnb, som intervjupersonen i detta fall refererar till, huvudsakligen grundade sig i att spara pengar. Återkommande berättar intervjupersonerna hur delningstjänsterna har ställts i förhållande till ett traditionellt alternativ för att visa på delningstjänsternas ekonomiska fördelar. Sara berättar exempelvis följande:

Vi ville bort från Manhattan nån gång .... då var det skönt att ha egen bil. Så då valde vi mellan det [bilpool] och att hyra från Hertz eller vad de nu heter. Det var mycket smidigare och billigare och så här. Så då valde vi det. (Intervju, 17 april)

Att delta i kollaborativ konsumtion för att reducera sina kostnader är ett motiv som även tidigare studier har visat ha stor betydelse för deltagande (Bardhi & Eckhardt, 2012; Böcker & Meelen, 2017; Habibi et al., 2016). Trots att ett flertal intervjupersoner berättar att de till stor del använder tjänsterna för ekonomisk besparing kan vi ändå urskilja att sparande av pengar inte alltid varit avgörande i de situationer då delningstjänster faktiskt har använts. Karin uttrycker följande:

Jag kollar alltid elscooterna först innan jag tar bussen. Finns det ingen elscooter så får jag ta buss. Jag har busskortet för hela månaden och har betalat för det och kan använda det närsomhelst. Men så tänker jag ändå på tiden, återigen. Det kostar ju att använda Voi, så det är ändå tiden som avgör i mitt fall. (Intervju, 18 april)

Citatet visar på en ekonomisk medvetenhet men att i de situationer som delningstjänsten har använts är det främst för att spara tid, trots att alternativet hade varit billigare. Att spara tid är också ett återkommande tema i intervjupersonernas berättelser. Även detta går i linje med tidigare

forskning som visar att motiv till deltagande i kollaborativ konsumtion ofta grundas i bekvämlighet (Bardhi & Eckhardt, 2012; Botsman & Rogers, 2011). I intervjupersonernas berättelser kring de transportrelaterade delningstjänsterna går det att urskilja ett mönster av att dessa används för att kunna lägga sin tid på annat. Elin berättar exempelvis följande om Uber:

Det känns bättre än taxi .... Man kan beställa till en viss tid och så blir man upphämtad den tiden och då kan man göra något under den tiden och så vet man sedan att den kommer just den tidpunkten. (Intervju, 23 april)

Genom att använda Uber behöver intervjupersonen inte stå och vänta på nästa transportalternativ, utan kan alltså spara och utnyttja sin tid till annat. Möhlmann (2015) menar att konsumenterna använder delningstjänster för att minska sök- och transaktionskostnader, något även ovanstående citat indikerar vara en anledning till användandet. Flera intervjupersoner beskriver även hur apparna upplevs smidiga då de exempelvis kan se exakt vart elscootern är och således inte behöver lägga tid på att leta.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att våra resultat i denna kategori är likvärdiga de som tidigare forskning har visat, att delningstjänster används eftersom de upplevs bekväma. Vi förstår att den mening kollaborativ konsumtion i dessa fall fyller är att öka den egna bekvämligheten för att kunna allokera sin tid och sina pengar på annat.

#### **4.2.2 Frihet från ägandets förpliktelser**

Vi kan skönja att flera av intervjupersonerna attraheras av delningstjänster då de innebär ett reducerat ansvar i förhållande till att äga själv. I Gabriels berättelse om medlemskapet i bilpoolen Move About uttrycker han följande:

Jag brukar själv säga att man slipper det krånglet med att byta däck, service, allt det där praktiska som jag själv inte alls gillar. Det är en praktisk drivkraft som driver mig där. Jag hade en bil innan och det var jättedrygt. Jag använde den sällan och bromsarna blev förstörda, så att slippa den biten är jätteskönt. (Intervju, 16 april)

Utifrån citatet tolkar vi att just friheten från ägandets obligationer är det som driver deltagandet. Av de studier som gjorts på området har ett fåtal visat att ansvarsreducering är ett motiv till deltagande i kollaborativ konsumtion (Bardhi & Eckhardt, 2012; Benoit et al., 2017; Botsman & Rogers, 2011). I dessa studier framhävs just fördelen kring att slippa underhåll av ägodelar, vilket våra resultat också visar. Ytterligare en aspekt kring ansvarsreducering rör lagringsutrymme. Botsman och Rogers (2011) och Benoit et al. (2017) menar att ett motiv till att använda delningstjänster kan vara att slippa förvara grejer i hemmet, medan Habibi et al. (2016) studie visar att denna aspekt inte är en bakomliggande drivkraft. Våra resultat visar dock att en mening med deltagande i kollaborativ konsumtion kan vara just att slippa ha grejer liggande hemma. I sitt val att låna en såg på biblioteket istället för att köpa en egen förklarar Malin: "Smidigheten ändå, och såhär 'vad ska jag göra med en såg sen?'. Om jag har köpt den, vart ska jag då lägga den?" (intervju, 16 april). Även Elin beskriver värdet av att slippa ha en elscooter i hemmet: "Om jag skulle flytta till en stad där det fanns Voi så skulle jag ju slippa allt det där med att ta in den i hemmet och ställa den i hallen på laddning" (intervju, 23 april).

Ytterligare en dimension av ansvarsreducering som kan identifieras i intervjupersonernas berättelser rör stöldrisk. Flera av intervjupersonerna skildrar att en anledning till att hyra elscooter istället för att köpa en egen är att de slipper ha uppsyn över den.

Om jag ska äta lunch måste jag ta in den på restaurangen, eller om man ställer den utanför så måste man ha koll på den hela tiden. Med Voi så slipper man ju allt det, man kan bara ställa den utanför och sedan behöver man inte tänka mer på det. (Intervju, 23 april, Elin)

Jag hade nog faktiskt hyrt för då behöver jag inte bry mig om den [elscootern] blir stulen .... Just på grund av att det inte är jag som äger den så är det inte jag som får den här extra kostnaden om den skulle gå i sönder eller bli stulen. (Intervju, 18 april, Fabian)

Att slippa ha uppsyn över ägodelar och slippa rädslan att bli bestulen är inget som tidigare studier betonar som en anledning att använda delningstjänster. Dock kan vi identifiera att kollaborativ konsumtion kan fylla en mening i att slippa oroa sig över stöld.

#### **4.2.3 Fördelar med att låna från företag framför vän eller okänd**

Våra resultat visar att intervjupersonerna i en del situationer är mer benägna att låna från ett företag än från en vän. Framförallt verkar det röra sig om att intervjupersonerna inte vill belasta sina vänner med kostnader som kan uppkomma vid stöld och skador.

Jag ställer till med lika stora problem om någonting händer, men då ligger ju inte ansvaret på min kompis att lösa problemet, utan då ligger ju ansvaret hos ett företag. Och med ett företag är det ju inte samma personliga relation .... Ur den aspekten hade jag valt företagets cykel för att om det händer nåt då är deras jobb att fixa. För en kompis blir ju detta en extra börda att ta en eftermiddag till att ringa till försäkringsbolag. (Intervju, 18 april, Fabian)

Citatet indikerar att rädslan att förstöra inte är lika stor när det gäller lån från ett företag. Det verkar även finnas en mening med att hyra från ett företag för att inte bryta det förtroende vänner givit vid utlån.

Jag tycker nog att det hade varit jobbigast att spilla kaffe på min kompis klänning. Speciellt om det är ett plagg som är speciellt, för då känns det som att man bryter hennes förtroende till mig .... Minst jobbigt är det om det är företagets, för där har det väl hänt förut och de har väl ett etablerat system där. (Intervju, 23 april, Elin)

Salomonsson (2018, s. 174) beskriver att lån är förknippade med mer eller mindre formaliserade, uttalade regler för avbetalning och återlämnande av det utlånade och att känslor av besvikelse är vanligt förekommande då låneöverenskommelser bryts. Lån innebär också att stå i skuld till utlånan, ett begrepp som av Salomonsson (2018, s. 189) beskrivs som "klibbigt", då personer inte vill stå i skuld till andra. I citaten ovan går det tydligt att urskilja just oviljan att stå i skuld till sin vän, vilket skulle kunna förklaras av att det inte finns samma formella regler kring lånets villkor

som företagen erbjuder. Återkommande i intervjupersonernas redogörelser framkommer även tveksamheter kring vem det är okej att låna av. Vid regelbundet behov av att låna redskap resonerar Gabriel på följande sätt angående att låna från en vän eller pryldelningsajten Grannsaker:

Då hade jag kanske valt Grannsaker. För de har lagt ut det och sagt mer att det är 'OK' att låna det. Man vill ju inte slita ut sina kompisars grejer, men kanske någon gång eller så kan man ju låna det. (Intervju, 16 april)

Om ett lån anses rimligt eller ej beror enligt Salomonsson (2018, s. 185-186) på sociala band mellan lånare och utlånare samt hur nära dessa står varandra. Vidare beskriver författaren att samverkanspooler kan avdramatisera detta förhållande då delande sker på frivilliga grunder, vilket också återspeglas i Gabriels citat då det är sajten som garanterar att det är okej att låna. Ovissheten kring om det är okej att låna och vad som förväntas av en själv i lånesituationer syns även i flera av intervjupersonernas berättelser om Airbnb, då intervjupersoner uppger att de i vissa fall har valt Airbnb eller annan typ av boende framför att låna en kompis lägenhet.

Att välja mellan någon jag känner och Airbnb? Då hade jag ju valt nån jag känner. Eller ja, både och. Jag har många vänner kvar i Berlin och jag blir ofta tillfrågad om jag vill bo hos dom när jag är där, men det gör jag väldigt sällan för det är många som jag ska träffa och mycket som jag ska göra. Ska jag inte spendera tid med dem vill jag inte heller vara till besvär och komma hem klockan elva på kvällen och de ligger och sover. .... Fördelen med Airbnb att det inte är en person jag känner och det är inget konstigt, utan jag får ju bestämma själv liksom över när jag vill komma och gå och hur jag ska göra. (Intervju, 18 april, Pernilla)

Även detta citat indikerar att valet att använda sig av en delningstjänst till viss del grundas i en rädsla att överskrida informella regler kring lån mellan vänner. Det tycks inte bara handla om osäkerhet kring avbetalning, utan även om en osäkerhet kring vad som förväntas socialt, och att delningsalternativet är ett sätt att undslippa denna osäkerhet.

Vi kan alltså se att kollaborativ konsumtion kan föredras för att inte utnyttja sina vänner. Vi kan även se en viss ovilja att dela resurser med helt okända personer och att kollaborativ konsumtion via plattformar med etablerade företag bakom sig generellt föredras, då dessa bistår med en viss trygghet. Vid frågan om intervjupersonerna skulle tänka sig att dela med en okänd privatperson resonerar Selene:

Jag vill säga ja, men jag märker att jag tvekar. Det är nog en trygghet att ha den mellanhanden. Skulle det vara någon helt främmande människa, så nej. Jag tror inte att jag hade klickat in på en annons på Facebook .... Man vill ju ha en form av bekräftelse. Det ligger väl i det med mellanhanden. (Intervju, 17 april)

Vi kan se att intervjupersonen upplever en trygghet i att veta vem utlånaren är. Vidare kan det även förstås att intervjupersonerna generellt föredrar att låna från företag då de uppfattas som säkrare om oförutsedda händelser skulle uppstå. “Är företaget stort så skulle de inte tjäna på att inte hjälpa mig. De skulle få negativ publicitet i media om de inte skulle ta tag i det [problemet], om jag skulle bli blåst på pengar eller något sådant” (Intervju, 18 april, Fabian). Slutligen kan vi även identifiera att det upplevs tryggare att låna av företag då de delade resurserna förväntas hålla en högre standard och vara säkrare. Gabriel berättar följande om att låna bil av okänd privatperson: “Det är ju inte riktigt en garanti där. När var det senaste gången de bytte ut bromsklossarna och så vidare? Det är inte samma garanti som de övriga tjänsterna, när det är en privatperson” (intervju, 16 april).

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att företag kan underlätta privatpersoners deltagande i kollaborativ konsumtion då de kan skapa en trygghet kring lånevillkoren. En mening med nyttjande av delningstjänster tycks alltså vara att slippa låna från vänner och okända med risk att bryta mot lånandets oskrivna regler.

#### **4.2.4 Att vara social och markera social grupptillhörighet**

Tidigare forskning visar att sociala motiv har stor betydelse för konsumenters incitament att konsumera kollaborativt, där en stor drivkraft är att möta människor och få genuina reseupplevelser (Benoit et al., 2017; Botsman & Rogers, 2011), något även våra resultat visar. Sara beskriver exempelvis att hon i vissa fall föredrar Uber framför taxi då det kan vara trevligt att mingla med medpassagerare (intervju, 17 april). Felicia berättar på liknande sätt att fördelen med

Airbnb bland annat är de genuina mötena: “Jag var i Italien och vi kom närmre deras kultur än om vi hade bott på hotell med andra turister .... Det var typ bara vi och lokalbefolkningen så man kände sig nästan som en italienare” (intervju, 24 april).

I vissa berättelser, kopplade till värdarna, kan vi dock tyda att aspekten kring att möta människor inte har så stor betydelse. I likhet med Habibi et als. (2016) resultat ser vi att den sociala aspekten inte alltid är ett grundläggande motiv, utan snarare en positiv bieffekt. Malin berättar följande: “Vi hade tur när vi var i Italien, för han som ägde lägenheten visade oss runt i området, typ ‘här måste ni äta glass’” (intervju, 16 april). Vi förstår att värden inte var den egentliga anledningen till nyttjandet av tjänsten, utan snarare ett plus. I en annan intervju berättar Sara:

Om det är ett helt nytt område som jag aldrig har varit i föredrar jag att de [värdarna] är där och kanske kommer med lite tips. Men om man känner till stället och bara vill in och lämna sina grejer och dra, då har jag inget emot att det bara är en nyckel. Men det känns alltid skönt att ha ett ansikte på värden. (Intervju, 17 april)

Inte heller i detta fall är mötet med värdarna en grundläggande drivkraft, och i de fall möte föredras kan det snarare tolkas vara av säkerhetsskäl. Vi kan alltså konstatera att värdarna i en del situationer bara är ett plus, och kanske inte den egentliga anledningen till valet av Airbnb. I vissa fall visar våra resultat till och med det motsatta i denna aspekt, att Airbnb väljs för att slippa vara social. Pernilla berättar exempelvis följande:

Jag hittade en kvinna som hyrde ut ett rum i sitt hus, och jag tänkte såhär, ‘okej men kommer hon att vara i resten av huset? Behöver jag va social?’ .... det är ju ändå ett företag som säljer en tjänst till mig .... då betalar jag väldigt konkret för det och inte för att vara en social del i deras liv. (Intervju, 18 april)

Citatet tyder på att den sociala aspekten och eventuella möten med värden i detta fall snarare är en negativ bieffekt, ett resultat som blir en kontrast till vad tidigare studier visat. Det framkommer i intervjupersonernas berättelser att den sociala spelar en betydande roll vid val av Airbnb, men att alternativet ofta väljs för att kunna umgås med sitt egna resesällskap. “Det är mer socialt .... Om



man är ett stort gäng och man hyr ett hus så kan man hänga alla tillsammans” (intervju, 17 april, Sara). Den mening praktiken tycks fylla är möjligheten att kunna vara social och umgås. Dock betonas inte möten med nya människor. Sammanfattningsvis kan vi, i linje med tidigare studier, konstatera att de sociala motiven verkar ha en grundläggande betydelse för att konsumera kollaborativt. I kontrast till Benoit et al. (2017), Botsmans och Rogers (2011) och Habibi et al. (2016) visar våra resultat emellertid en mer nyanserad bild, då det inte enbart rör sig om att möta nya människor, utan även kring att slippa vara social eller kunna vara social med ett visst sällskap.

En annan social dimension som lyfts fram i tidigare studier handlar om möjligheten att via kollaborativ konsumtion symboliskt markera sin gruppstillhörighet (Belk, 2007; Botsman & Rogers, 2011). Belk (2007) menar att delande av resurser kan symbolisera medlemskap i en grupp och att livsstilen i sig kan symbolisera status. Intervjupersonerna uttrycker inte bokstavligen att de använder en tjänst för att identifiera sig till en viss grupp. Dock syns ett tydligt mönster att användande av delningstjänster sker efter att personer i deras närhet har använt tjänsterna. I Malins fall var det efter att en nära vän rekommenderat tjänsten och att hon hade sett att flera studenter åka elscootrar som hon själv började använda VOI (intervju, 16 april). På frågan vad som fick Fabian att använda tjänsten svarar han: “Man ser andra. Jag tror det handlar om att man följer strömmen, när man ser andra göra någonting så gör man det själv” (intervju, 18 april). Även om personerna i dessa fall inte själva reflekterat över att använda tjänsterna för att kunna identifiera sig med andra skulle det kunna vara en förklaring till varför tjänsterna nyttjats.

Ett annat tydligt mönster är att flera intervjupersoner berättar om viljan att konsumera utan att identifiera sig själva som ägare. Vi kan tolka att det råder en uppfattning om att det är pinsamt att själv vara ägare. Fabian uttrycker exempelvis nedanstående:

På vägen hit såg jag faktiskt en snubbe i Lund som åkte runt på en egen elscooter. Nej, jag tycker det är lite för, too much liksom .... det känns lite för mycket att ha en egen, ja men det känns lite såhär ‘nu försöker man lite för hårt’. (Intervju, 18 april)

Bourdieu (1986, refererad i Paterson, 2006, s. 43-44) menar att konsumtion är ett sätt distansera sig från olika grupper i samhället, och genom att välja rätt typ av konsumtion kan personer uttrycka sitt kulturella kapital för att markera sin status och klasstillhörighet. Vad som anses vara rätt konsumtion beror på individens habitus. Herbert och Collin-Lachaud (2017) menar att habitus inom kollaborativa konsumtionspraktiker inte bara tar sig i uttryck vad gäller att konsumera rätt produkter, utan att även som en medvetenhet kring vilken konsumtionsform som är den rätta. Att intervjupersonen ovan uttrycker att det är pinsamt att äga en egen elscooter kan tolkas vara en effekt av hans habitus. För att konsumera elscootrar kan vi tolka att kollaborativ konsumtion, att låna istället för att äga, anses vara den rätta konsumtionspraktiken. Ytterligare en mening med kollaborativ konsumtion kan således vara möjligheten att konsumera utan att identifiera sig som ägare, för att på så sätt markera sin tillhörighet till en viss grupp.

#### **4.2.5 Jag vill testa, det verkar vara en kul grej**

Anledningen till att vi valde Airbnb var för att vi bodde i ett indiantält, ett sånt tippy-tält, sjukt coolt! .... Jag kom förbi det här tältet och kände att 'det är jättekul!' .... Det var också en lite udda grej .... Då kan man ha fina hotell några nätter och testa något som är lite udda de andra. (Intervju, 18 april, Pernilla)

I citatet ovan går det att tyda att Pernilla till stor del valt Airbnb före hotell på grund av att det är en kul och udda grej. I tidigare forskning är de endast ett fåtal studier som har visat att kollaborativ konsumtion kan fylla en mening av att vara en rolig och njutningsfull aktivitet (Hamari et al., 2015; Lee et al., 2018). Vi kan dock se att ett återkommande tema i intervjupersonernas berättelser är att kollaborativa konsumtionspraktiker tillämpas just för att det är roligt. "Om man är ett gäng så är det ju jättekul att ta en sväng" säger Sara om Voi (intervju, 17 april) och på liknande sätt beskriver Elin att det är ett härligt sätt att transportera sig på (intervju, 23 april). Vi kan därför tolka att kollaborativ konsumtion kan fylla en mening i att vara en rolig aktivitet. Även viljan att testa en viss tjänst på grund av nyfikenhet upprepas av flera intervjupersoner. "Jag tyckte att det var så coolt att jag kunde gå till biblioteket .... Hittar man att man kan låna verktyg på biblioteket, då måste man ju testa det!" (Intervju, 16 april, Malin). Även Gabriel beskriver att det var av nyfikenhet han testade elscootertjänsterna:

Mest tycker jag det är spännande och är nyfiken. Voi har jag provat på riktigt, ta mig från plats A till B. Lime har jag bara testat för att testa elsparkcykeln och tjänsten, så den var bara för att testa. Tier har jag också hört talas om. Jag har alla tre apparna på min telefon. (Intervju, 16 april)

Möhlmanns (2015) studie visar att trendkänslighet inte har någon inverkan på konsumenters vilja att konsumera kollaborativt. Schor (2014) menar å andra sidan att det kan vara just trendfaktorn som tilltalar konsumenter att använda delningstjänster, något även våra resultat visar, att mening med praktiken kan vara just att kunna testa en ny och spännande konsumtionsform.

### **4.3 Element två: Material för att konsumera kollaborativt**

Förutom mening krävs material för att en praktik ska bli till, det vill säga den egna kroppen och de saker som används (Shove et al. 2012). Det uppenbara materialet som krävs för kollaborativ konsumtion är resurserna som delas. Då delningstjänsterna bygger på teknologiska lösningar förutsätter praktiken även tillgång till material av mer immateriell karaktär. För att använda tjänster som Voi, Uber och Airbnb berättar till exempel både Fabian och Felicia hur de först laddade ner apparna för att sedan aktivera elscootern, beställa bil eller boka boende (intervju 18 april; intervju 24 april). För tillgång till plattformen beskrivs även hur intervjupersonerna behövt ett användarkonto för att nyttja tjänsten. Något som de flesta av intervjupersonerna tar för givet, men som ändå poängteras är även tillgång till internet. "Ska man använda Airbnb så måste du typ gå in online" (intervju, 24 april, Laura). Ytterligare material som kan tyckas vara självklart, men som är en förutsättning för praktiken, är pengar. "Nu har de ju ändrat i lime-appen .... man måste typ ladda den med hundra eller tvåhundra kronor" (intervju, 16 april, Malin). Sammanfattningsvis kan det material som kollaborativ konsumtion förutsätter delas upp i två huvudkategorier, de resurser som delas samt de plattformar genom vilka tillgång till resurser ges.

### **4.4 Element tre: Kompetens för att konsumera kollaborativt**

För att en praktik ska bli till krävs slutligen kompetens, innefattande förförståelse kring praktiken samt praktisk know-how, det vill säga kunskap om tillvägagångssätt (Shove et al. 2012). Genom att tolka intervjupersonernas redogörelser kring hur de gått tillväga vid användande av

delningstjänster kan vi identifiera olika typer av kompetens som krävs för kollaborativ konsumtion.

För det första krävs förförståelse om delningstjänsternas existens. Här berättar flera av intervjupersonerna hur de har testat tjänsterna först efter att vänner har introducerat dem. Sara berättar exempelvis: “Det var en kompis som sa att han brukade använda Airbnb .... Då var det inte så stort i Sverige, jag visste inte om det” (Intervju, 17 april). Vi kan även identifiera hur flera intervjupersoner upplever att förförståelse kring tjänsternas säkerhet är en förutsättning för att de ska använda dem. Pernilla beskriver exempelvis att det var efter att hennes vänner validerat att Airbnb var en säker tjänst som hon själv vågade prova det (intervju, 18 april). Utöver kompetens kring tjänsternas existens och säkerhet kan vi identifiera ett flertal kompetensområden kopplat till praktisk know-how. Felicia berättar följande om Airbnb:

Man laddade ju ner appen, sedan började man leta .... Det är ju inte alla som har de bästa bilderna, så det är ganska svårt att veta vad man får. Det tyckte jag till en början iallafall .... Nu har man lärt sig lite mer hur det fungerar. Då kollar man på recensioner .... sedan finns det ju de som blir topprankade av Airbnb, så då vet man ju att det är ett bra ställe .... Så ja, man har ju blivit mer van vid bokningen. (Intervju, 24 april)

Förutom kunskap om vilken kanal bokning sker genom indikerar citatet ovan att det krävs kompetens för att den kollaborativa konsumtionen ska hålla god kvalitet. Felicia beskriver exempelvis att hon vet vilka kriterier hon behöver titta på för att finna ett bra boende. För nyttjande av bilpoolens elbilar beskriver Gabriel en annan typ av praktisk know-how: “I handskfacket sitter en nyckel. Man drar ut den som en sprint så aktiveras bilen .... Första gången var jag lite osäker på hur man skulle göra, och då bröts allt. Så då fick jag ringa och fråga kundtjänst” (intervju, 16 april). Det rör sig alltså kompetens kring hur tjänsterna bokas och även hur de praktiskt används. Intervjupersonernas berättelser skildrar även att det krävs teknisk kompetens för att behärska de olika apparna och plattformarna, vilket exempelvis syns i Pernillas berättelse:

Det kräver ju lite. Jag hade inte skickat iväg mamma på Airbnb själv .... Det är väldigt digitalt och jag tror att hon hade haft svårt med bokningsprocessen. För henne är det nog också säkerhetsbiten och att det digitala fortfarande är lite läskigt .... Jag känner mig trygg i processen och i att jag snabbt kan hitta en lösning om det inte fungerar. (Intervju, 18 april)

Utöver trygghet i att använda de digitala verktygen kan vi även förstå att intervjupersonen ovan upplever att det krävs kompetens för att hitta lösningar om något i processen skulle gå fel. Sammanfattningsvis kan vi konstatera att den kompetens som tycks vara en förutsättning för att konsumera kollaborativt är förförståelse kring tjänsternas existens och säkerhet, praktisk kunskap om tillvägagångssätt, teknisk kompetens samt förmåga att hitta lösningar vid eventuella motgångar.

#### **4.5 I samspel mellan elementen rekonstrueras praktikens mening**

För att en praktik ska bli till krävs det att dess olika element är sammanlänkade (Reckwitz, 2002; Shove et al., 2012). Genom analys av intervjupersonernas berättelser har vi kunnat identifiera vilken mening kollaborativ konsumtion kan fylla samt vilken kompetens och vilket material som krävs för att praktiken ska bli av. Är det då så att praktikens element är konstanta och att praktiken ser likadan ut i alla lägen när länkar mellan elementen väl har skapats? Shove et al. (2012) menar att elementen inte bara är beroende av varandra, utan att de också ömsesidigt formar varandra. De föreslår dessutom att den dynamiska relationen elementen emellan kan rekonstruera den mening praktiken fyller. I intervjupersonernas berättelser kan vi urskilja hur de olika elementen påverkar varandra och att den mening intervjupersonerna upplever att kollaborativ konsumtion fyller ofta är beroende av praktikens övriga element.

##### **4.5.1 Mening beroende av material**

Som konstaterat konsumerar flertalet av intervjupersonerna kollaborativt för att delningstjänsterna upplevs smidiga. Den mening praktiken fyller är att spara tid, pengar och möda. I flera av intervjupersonernas berättelser går det att tyda att tjänsten upplevs smidig tack vare den teknologiska plattformen.

Ska man ringa taxibolag och prata på ett annat språk blir det lätt missförstånd, och när man ska säga vilken gata man är på och inte vet vad gatan heter, då kan man bara dra i appen på gps:en för att visa vart man ska. (Intervju, 18 april, Fabian)

I detta fall ser vi en tydlig koppling mellan elementen mening och material. För att tjänsten ska vara smidig och fylla en mening i ökad bekvämlighet är den beroende av den teknologiska lösningen. Som tidigare konstaterat tyder våra resultat på att förförståelse kring delningstjänstens säkerhet är en förutsättning för att individer ska se en mening med nyttjandet. I vissa fall kan vi se hur plattformarna tillhandahåller nödvändig kompetens, som i sin tur leder till att praktiken kan fylla en mening. Elin beskriver till exempel att Uber känns tryggare än taxi eftersom betalning sker via appen och att det därför inte uppstår något fuffens (intervju, 23 april). Vid användande av Airbnb berättar även Selene att det är plattformen som förser henne med en känsla av att tjänsten är säker:

Personerna bakom [Airbnb] har jobbat på att det ska bli en så säker app som möjligt .... När vi bokade senast kollade vi väldigt mycket på omdömen om värden .... har alla har skrivit gott om dem så det känns det mer säkert att boka och fylla i kortnummer och hela den biten. (Intervju, 17 april)

Precis som Shove et al. (2012) beskriver kan vi se att meningen med praktiken i citaten ovan rekonstrueras i samspel med övriga element. Vi kan även konstatera att det i synnerhet är de teknologiska plattformarna som är viktiga för att skapa upplevd smidighet och trygghet.

#### **4.5.2 Mening beroende av kompetens**

På samma sätt som vi ser att materialet påverkar meningen med kollaborativ konsumtion kan vi också identifiera hur kompetens formar individers upplevda mening med deltagandet. Detta syns tydligt i Gabriels berättelse kring deltagande i olika delningstjänster:

Jag är intresserad av delningsekonomi, tycker det är jättespännande. Jag har följt det sedan flera år .... I grunden kanske det är kopplat till ett miljömässigt intresse, med tanke på bilpooler. Sedan har jag jobbat mycket politiskt också, så det har varit ett driv därifrån. (Intervju, 16 april)

Vi ser att Gabriels förförståelse kring delningstjänsterna täcker mer än förförståelse kring säkerhet och praktisk know-how, att det rör sig om djupare kunskap på området. Vidare berättar han att miljö och ekonomi är anledningen till hans medlemskap i elbilspoolen Move About, och att användandet av elscootertjänsterna huvudsakligen grundade sig i hans intresse för fenomenet. “Det är väl just delningsekonomi-tanken som jag tycker är intressant, så jag var intresserad utav deras tjänst .... Mest för att testa hur delningstjänsten fungerar, inte bara läsa om den” (intervju, 16 april, Gabriel). Det går att urskilja en tydlig koppling mellan den mening Gabriel finner med kollaborativ konsumtion och hans intresse för fenomenet. Även här förstår vi att meningen med praktiken rekonstrueras i samspel med ett annat element, i det här fallet kompetens.

Vi kan även se kopplingen mellan kompetens och mening när vi undersöker olika intervjupersoners förförståelse kring Airbnb och den mening de finner att tjänsten fyller. Pernilla beskriver exempelvis Airbnb som en ren tjänst, att hon betalar för boende och inget annat, och att hon väljer Airbnb främst för att det är ett billigt boendialternativ (intervju, 18 april). Sara å andra sidan beskriver Airbnb som ett roligt och socialt sätt att bo på och att anledningen till att hon väljer tjänsten huvudsakligen är för att komma närmare den lokala kulturen (intervju, 17 april). Vi kan alltså förstå att skillnad i förförståelse kring tjänstens innebörd också leder till olika upplevd mening med tjänsten. Habibi et al. (2016) föreslår att tjänster närmre delande i sin natur, såsom Airbnb, till högre grad drivs av sociala motiv, något våra resultat motsäger. Från ett praktikteoretiskt perspektiv (Shove et al., 2012) förstår vi istället att upplevd mening med kollaborativ konsumtion är högst individuell och beroende av praktikens övriga element.

## 5. Identifierade hinder för kollaborativ konsumtion

---

*Ur ett praktikteoretiskt perspektiv förstår vi att kollaborativ konsumtion sker när praktikens element sammanlänkas. För att förstå vad som kan hindra kollaborativ konsumtion undersöker vi därför i följande kapitel vad som kan orsaka att elementen inte länkas samman.*

### 5.1 Hinder i form av barriärer

Shove et al. (2012) förklarar att en praktik kan förstås som ett mönster av sammanlänkade element som skapar en igenkännbar enhet, practice-as-entity, men även som något som kan utövas genom att reproducera elementen, practice-as-performance. Ur detta perspektiv kan kollaborativ konsumtion förstås som practice-as-entity, en igenkännbar enhet innefattande en rad olika delningstjänster vilka går att se, läsa och tala om. Det kan även ses som practice-as-performance, något som sker först när en individ faktiskt konsumerar kollaborativt. I flertalet intervjuer berättar intervjupersonerna om olika delningstjänster men att de inte har nyttjat dem, alternativt att det tog tid innan de nyttjades. Vi förstår därför att det kan finnas en barriär för att kollaborativ konsumtion ska gå från practice-as-entity till practice-as-performance. I intervjupersonernas berättelser har vi kunnat identifiera fyra typer av barriärer.

Den första barriären som vi kan identifiera rör oro och osäkerhet. Kim et al. (2015) menar att upplevd risk med delningstjänster hämmar viljan att nyttja dessa, och enligt Lee et al. (2018) är det framförallt risk för att bli bestulen och risk i samband med utlämnande av personuppgifter som hämmar deltagande. Att upplevda risker hindrar personer från att konsumera kollaborativt syns även i våra resultat. Felicia berättar följande: "Vi har familjevänner som använde Airbnb efter mig som fick en dålig upplevelse. Huset de skulle till i Barcelona fanns inte när de kom dit, så de hade lagt jättemycket pengar på ingenting". På frågan om det har påverkat henne svarar hon: "Ja, men det gjorde det ju. Då var det nog ett tag jag valde hotell och hostel istället för Airbnb. Fast nu när de har gjort det lite mer säkert så kör jag på det igen" (intervju, 24 april). Vi förstår att oron över risken att bli bestulen, precis som Lee et al. (2018) beskriver, kan skapa en barriär som hindrar personer från att konsumera kollaborativt. I Lauras berättelse kan vi skönja en annan typ av oro:

Tänk om det kommer ett stenskott, alltså sådana smågrejer som gör att man får en räkning på tusen kronor. Det är nog just det, att när man hyr eller lånar från någon



så kommer man hela tiden oroa sig för att man ska lyckas förstöra någonting och att man får betala jättemycket. (Intervju, 24 april)

Vi förstår att oron över att ha sönder något lånat också kan utgöra en barriär. Slutligen kan vi även tyda att osäkerhet kring regler och villkor för att använda olika delningstjänster kan hindra nyttjandet av dessa. Pernilla beskriver exempelvis att en av anledningarna till att hon inte har använt Voi är osäkerheten kring vad som gäller. “Ska de köras på vägen? Ska de köras på trottoaren? .... Säg att jag kör på trottoaren och blir stoppad av polisen och får böter på grund av det. Det hade varit frustrerande!” (intervju, 18 april). Sammantaget förstår vi att osäkerhet kring delningstjänster kan utgöra en barriär. Ur ett praktikteoretiskt perspektiv förstår vi att förförståelsen kring tjänsterna brister och att den kompetens som praktiken förutsätter därmed saknas. Av denna anledning sammanlänkas elementen inte.

En andra barriär för kollaborativ konsumtion tycks vara ett motstånd på grund av att nyttjandet upplevs omständigt. “Jag har sett Voi och Lime och dem, men inte testat. Däremot har jag velat göra det. Men jag har inte använt dem på grund av lathet. Tänker att det är jobbigt att ladda ner en app till” (intervju, 24 april, Felicia). Att detta motstånd utgör en barriär för kollaborativ konsumtion syns i fler intervjuerättelser. Ofta tycks det vara kopplat till att användandet upplevs krångligt.

Absolut, jag är ung och borde ha koll på tekniken, men det finns fortfarande en liten barriär till att ‘åh [suck] hur funkar det?’ .... Det är inte det att jag lägger in mitt kort i en app jag tycker är jobbigt. Utan det är hela processen. (Intervju, 18 april, Fabian)

Ur citatet kan vi tolka att det är processen att sätta sig in i hur tjänsten fungerar som utgör ett motstånd. I Saras berättelse om Styr-och-ställ kan vi även se hur det praktiskt upplevs jobbigt att nyttja tjänsten. Hon berättar att hon försökte använda cyklarna men att hon, då registrering av konto var för krångligt och tidskrävande, valde att avstå och har sedan dess inte provat nyttja tjänsten igen (intervju, 17 april). Som praktik tycks kollaborativ konsumtion i dessa fall hindras

då förförståelsen brister, både i form av inställning och praktisk know-how. Därav kan praktikens nödvändiga material heller inte tillgås vilket leder till att elementen inte sammanlänkas.

Ett tredje identifierat hinder är upplevda begränsningar i att dela med andra. Frihet från ägande konstaterades tidigare kunna vara en mening med kollaborativ konsumtion, men vi kan även se hur det kan utgöra ett hinder.

Jag har faktiskt funderat på det [att använda Styr-och-ställ] .... men säg att jag tar cykeln ut och att cyklarna skulle ta slut sen när jag ska tillbaka, det blir ett irritationsmoment, för det finns ju ingen garanti. Och det är väl fair enough, för det är ju därför man har en egen cykel. (Pernilla, 18 april)

Citatet indikerar att det upplevs vara begränsande att själv inte vara ägare, då det inte finns garanterad tillgång när så önskas. Vi kan se att intervjupersonerna av denna orsak generellt väljer att äga exempelvis egna cyklar och andra resurser som nyttjas regelbundet. Det leder oss till det fjärde identifierade hindret för kollaborativ konsumtion, att det inte finns något behov att låna eftersom tillgång kan ges på annat sätt. Sara berättar exempelvis om att hon inte fann något behov av att använda Voi innan hennes cykel blev vandaliserad (intervju, 17 april) och Malin beskriver att hon sagt upp sitt medlemskap i bilpoolen då hon numera kan låna bil från en kompis (intervju, 16 april). Vi förstår alltså att ett hinder för kollaborativ konsumtion är att praktiken i sig inte fyller någon mening, då resursen redan finns att tillgå.

## **5.2 Hinder för stunden**

Flera av intervjupersonerna berättar att de regelbundet nyttjar olika delningstjänster. Den identifierade barriären mellan practice-as-entity och practice-as-performance förstås därmed vara borta. I intervjupersonernas berättelser kan vi emellertid identifiera hur kollaborativ konsumtion kan hindras i stunden. Ur ett praktikteoretiskt perspektiv (Shove et al., 2012) förstår vi att elementen mening och kompetens redan finns på plats när individer ämnar att upprepa utövandet av en praktik. Intervjupersonerna berättar i flera fall om situationer där de har tänkt att upprepa nyttjandet av en delningstjänst, och vi tolkar att de redan haft förförståelse och praktisk know-how för att nyttja tjänsten samt att de funnit en mening med nyttjandet. Vi förstår således att det som

kan föranleda att praktikens element inte sammanlänkas är avsaknaden av material, något som våra resultat också indikerar. I intervjupersonernas skildringar kan vi identifiera tre orsaker till avsaknad av material, vilka kan utgöra hinder för stunden.

Det första hindret är att resurserna inte finns på den plats som individen befinner sig på. Både Gabriel och Elin berättar exempelvis att de gärna hade åkt mer Voi om det hade funnits i städerna som de bor i (intervju 16 april; intervju 23 april). I en annan intervju beskriver Fabian att han har tänkt ta en Voi men avstått på grund av att elscootern inte har funnits nära till hands:

Ibland när jag är på gymmet tänker jag att jag tar en Voi hem om det finns. Men då har det inte blivit av på grund av att det inte finns en Voi. Då anstränger jag mig inte så pass mycket för att hitta en. (Intervju, 18 april)

I dessa fall förstår vi att det funnits en intention att nyttja delningstjänsten, men att användandet hindrats på grund av att elscooterna inte funnits i närheten. Det andra identifierade hindret i stunden beror på den mänskliga faktorn, att tillgången nekas av antingen de som resursen delas med eller av de som förser resursen. Fabian berättar följande:

Jag gick in på en innergård och det stod att det skulle vara en Voi där, men jag vet inte om någon hade tagit med den in i lägenhetsbyggnaden .... Då har ju någon person ställt den där så ingen annan ska hitta den. (Intervju, 18 april)

I referatet ser vi hur en annan privatperson agerar som hinder genom att inte dela med sig av tillgången. Vidare berättar flera intervjupersoner hur deras nyttjande av Airbnb direkt hindrats av att värdarna kasserat bokningen eller valt att hyra ut till någon annan. Karin berättar om en annan situation där det var företaget som nekade henne tillgång: "När jag skulle ta bussen fanns det en Tier precis där så jag tänkte att jag kunde ta den istället. Men så stod det att jag inte kunde använda den, så jag tror att jag har blivit blockad" (intervju, 18 april). I ovanstående situationer ser vi alltså hur praktiken hindras på grund av att någon har nekat tillgången till materialet.

Ett tredje identifierat hinder för stunden är att resursen är ur funktion. Lawson et al. (2016) menar att upplevd risk med att den produkt som ska nyttjas kan vara trasig kan ha en negativ inverkan på konsumenters motiv till att konsumera kollaborativt. Våra resultat indikerar dock att denna aspekt inte har stor betydelse för individers inställning till delningstjänsterna. Gällande elscootertjänsterna skildrar ett flertal intervjupersoner situationer då elscootern de har tagit inte har gått att använda eftersom den har varit urladdad eller trasig, men att de valt att leta upp en ny. Gabriel berättar exempelvis följande: “Första gången jag provade Voi så fungerade inte elsparkcykeln så jag fick gå och leta upp en annan. Jag funderade på att strunta i det men gjorde det ändå” (intervju, 16 april). Anledningen till att flera av intervjupersonerna ändå väljer att leta upp en ny elscooter, och att även fortsätta med praktiken vid senare tillfällen, tycks vara att de generellt har ett högt överseende med att materialet kan vara av sämre kvalitet eftersom användarna är många.

Jag tänker att de här negativa upplevelserna inte har påverkat mig så mycket, att man är rätt så okänslig för att man vet hur många andra som använder dem. Så skulle Voi vara sämre är det ju inte Voi:s fel på ett sätt .... Med tanke på hur många andra som använder dem kan man inte heller tänka att detta ska vara tipp topp.  
(Intervju, 18 april, Fabian)

Ur citatet ovan tolkar vi att praktiken i sig inte förlorar sin mening och att inställningen till framtida nyttjande därför förblir oförändrad. Att kollaborativ konsumtion hindras i stunden tycks bero på att praktiken, i den stund delningstjänsterna ämnas att nyttjas, förlorar sin mening då materialet inte finns tillgängligt. Finns ingen elscooter tillgänglig blir det exempelvis inte det snabbaste alternativet för transport och meningen försvinner således. Huruvida kollaborativ konsumtion fyller en mening eller inte kan därmed förstås vara beroende av situation och kontext.

## 6. Kollaborativ konsumtion: En praktik beroende av den sociala kontexten

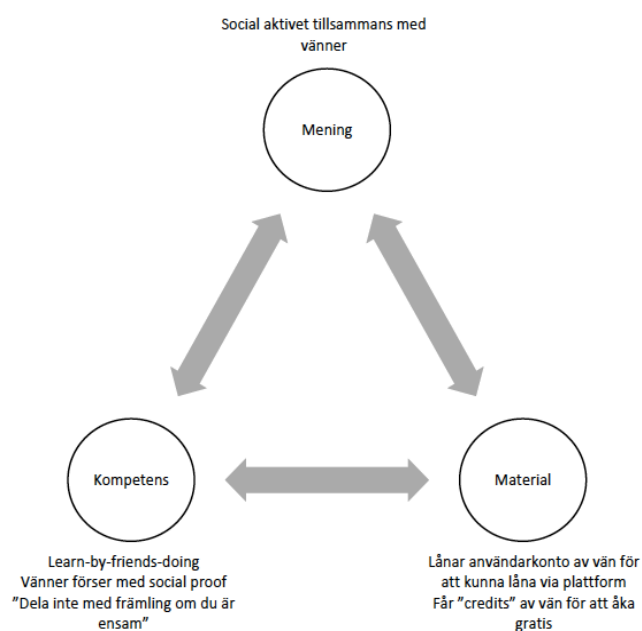
I följande avsnitt undersöker vi hur deltagandet i kollaborativ konsumtion påverkas av den omgivning och kontext individer befinner sig i. Vi identifierar två aspekter vilka tycks ha betydelse för hur praktiken ter sig och för huruvida elementen sammanlänkas eller ej.

### 6.1 Sällskap och socialt nätverk

I flera aspekter kan vi se hur det sociala nätverket har inverkan på hur praktikens olika element formas, vilket illustreras i figur 5. Vi förstår att det krävs kompetens i form av förförståelse kring delningstjänsternas existens och säkerhet för att konsumera kollaborativt, och konstaterade tidigare att användandet av delningstjänster ofta sker först efter att vänner har introducerat tjänsterna. Botsman och Rogers (2011) menar att kollaborativ konsumtion är beroende av social proof, att konsumenter behöver övertygas om att praktiken är säker och socialt accepterad genom att se andra konsumera kollaborativt. I

intervjupersonernas berättelser ser vi hur det sociala nätverket ofta är avgörande för att skapa social proof, för att därigenom etablera nödvändig förförståelse. Vi ser även hur praktisk know-how ofta tycks etableras genom det sociala nätverket. Fabian berättar exempelvis följande:

Första gången jag använde det [Uber], tror jag inte att det var jag som bokade, utan jag tror att det var någon kompis som introducerade det till mig .... Jag gick inte aktivt in och utforskade hur det fungerade, utan jag har ju fått det förklarat för mig.  
(Intervju, 18 april)



Figur 5: Illustration över hur praktikens element tycks vara beroende av sällskap och det sociala nätverket.

I citatet ser vi hur intervjupersonen lärt sig tillvägagångssättet för att nyttja delningstjänsten genom en vän. Kompetensen kan därför förstås vara direkt beroende av det sociala nätverket, att den inte bara etableras genom learning-by-doing, utan genom vad vi har valt att kalla learning-by-friends-doing. Våra resultat visar även att flera av intervjupersonerna upplever en viss otrygghet vid användning av Airbnb och samåkningstjänster och att de av den anledningen helst nyttjar tjänsterna i sällskap. “Det kanske låter töntigt, men det kanske också är en säkerhetsgrej. Ensam tjej, Airbnb, man vet inte. Värden har fortfarande nyckel till lägenheten” (Intervju, 24 april, Laura). Malin berättar om ett liknande exempel. I sällskap med en vän nyttjade hon en samåkningstjänst utomlands där privatpersoner kan anmäla att de har en ledig plats i bilen. Trots en bra upplevelse beskriver hon att hon därefter inte nyttjat tjänsten eftersom hon varit ensam. “Det är skillnad att sitta i en bil med någon som man inte känner .... Jag tror inte att min mamma hade blivit så glad” (Intervju, 16 april). Vi tolkar att intervjupersonerna har en förförståelse av att dessa tjänster inte ska nyttjas som ensam tjej. Sällskapet tycks i dessa fall därför avgöra om tjänsterna nyttjas eller ej.

I flera fall berättar intervjupersonerna hur de lånat användarkonton av vänner. Här ser vi ytterligare exempel på hur det sociala nätverket leder till att elementen sammanlänkas, genom att tillhandahålla nödvändigt material. Karin berättar exempelvis om att hon själv inte hade appen första gången hon nyttjade Voi. “En kompis sa att jag kunde använda hennes app. Jag använde hennes app, tog en Voi och körde en kortare sträcka och tänkte ‘Wow, this is amazing’” (intervju, 18 april). Fabians berättelse skildrar ett annat exempel på hur material tillgodosetts genom det sociala nätverket och att det var på grund av att hade han fått så kallade “Voi credits” av en vän, och därför kunde åka gratis, som han började nyttja tjänsten (intervju, 18 april). Vi kan alltså se hur det sociala nätverket kan bidra till att elementen kompetens och material tillhandahålls, och därigenom indirekt forma praktikens mening. I vissa fall kan vi dock tyda att den upplevda meningen med kollaborativ konsumtion är direkt beroende av sällskapet. Sara berättar exempelvis att hon ser Voi som en social aktivitet, något som är kul att göra med vänner, men att hon ser tjänsten som slöseri med pengar och hellre går när hon är själv (intervju, 18 april). Uttalandet indikerar att den upplevda meningen i detta fall är direkt beroende av sällskapet. Sammanfattningsvis tycks både inställning till och nyttjande av delningstjänster påverkas av det sociala nätverket.

## 6.2 Utomlands vs. Sverige

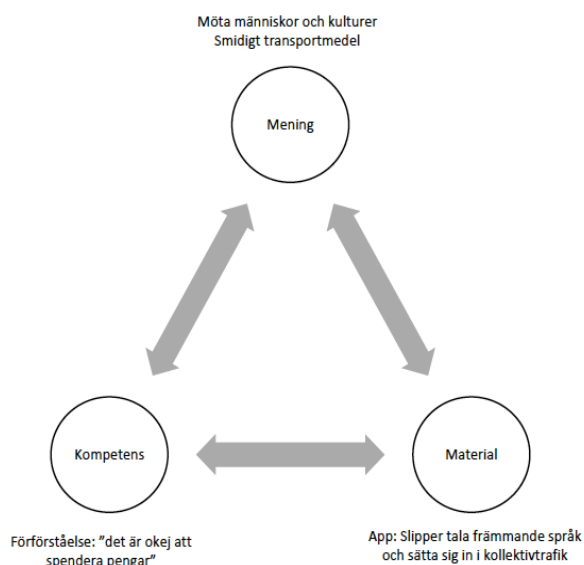
I flera av intervjupersonernas berättelser ser vi att nyttjandet av delningstjänster ser olika ut beroende på om det sker i Sverige eller utomlands, och att praktikens element tycks se annorlunda ut i en utlandskontext (se figur 6).

Felicia berättar exempelvis att den huvudsakliga anledningen till att hon använder Airbnb är för att komma närmare lokalbefolkningen när hon är utomlands och att hon hellre bor på hotell i Sverige. "I Sverige har jag nog kört mer på hotell för där är man ju närmare lokalbefolkningen i sig" (intervju, 24 april). Den mening hon upplever att praktiken fyller försvinner således när hon inte är

utomlands. Ett annat tydligt exempel på hur meningen kan förändras beroende på om kollaborativ konsumtion sker i Sverige eller utomlands kan vi se i Fabians berättelse om Uber:

I Tyskland var det smidigt för min tyska är rätt knackig. Jag vet inte om jag hade kunnat beställa en taxi på tyska .... Så jag tror att det nog gör att jag använder Uber, just utomlands, för jag behöver inte stå och snacka på nåt annat språk .... Och utomlands orkar jag inte sätta mig in i deras kollektivtrafiksystem. (Intervju, 18 april)

Citatet indikerar att den mening intervjupersonen finner utomlands inte bara är att det är ett smidigt transportmedel, utan att tjänsten även fyller en mening i att slippa prata ett annat språk, tack vare appen. Även elementet kompetens tycks se olika ut beroende på om praktiken sker utomlands eller i Sverige, och framförallt tolkar vi att det är förförståelsen kring och inställningen till delningstjänsterna som är annorlunda. Laura berättar följande om att nyttja Uber i Sverige respektive utomlands:



Figur 6: Illustration över hur praktikens element tycks se ut i en utlandskontext .

För mig är det en pengafråga. När man är på resande fot tänker jag att 'jag har den här reskassan, jag tar inte från mina vardagspengar' .... Och när man är på några dagars semester vill man göra annat än att stå och vänta på en buss .... Visst, här [hemma i Sverige] skulle jag kunna ta en Uber hem efter en utekväll, men då tänker jag såhär 'jag har två ben, då använder jag dem'. Det blir billigare. (Intervju, 24 april)

Vi tyder att intervjupersonen är mer benägen att nyttja Uber utomlands, vilket tycks bero på att inställningen till pengar förändras med den sociala kontexten, då hon verkar ha en förförståelse att det är mer okej att spendera pengar utomlands. Därmed kan hon också tänkas se att tjänsten fyller en mening utomlands, medan den i Sverige snarare ses som slöseri med pengar. Sammanfattningsvis tycks personers inställning till och upplevda mening med nyttjande av delningstjänster förändras när de är utomlands, vilket ytterligare är ett exempel på hur den sociala kontexten påverkar konsumenters kollaborativa konsumtion.



## 7. Avslutande diskussion och slutsatser

---

*I det avslutande kapitlet besvaras frågeställningarna genom att inledningsvis sammanfatta de slutsatser som analysen har mynnat ut i. Därefter diskuteras studiens bidrag till forskningsfältet och dess innebörd för aktörer som bedriver kollaborativa affärsmodeller. Slutligen redogör vi studiens huvudslutsatser och ger förslag till framtida forskning.*

### 7.1 Avslutande diskussion

Syftet med studien är att bidra med en djupare och mer nyanserad förståelse kring vilken mening deltagande i kollaborativ konsumtion fyller, vad som hindrar deltagandet samt hur deltagandet påverkas av den kontext och omgivning praktiken sker i. Ur ett praktikteoretiskt perspektiv (Reckwitz, 2002; Shove et al., 2012) förstår vi att den mening deltagande i kollaborativ konsumtion fyller är individuell och skiftar beroende på situation och kontext. Vi kan emellertid identifiera fem kategorier av meningsskapande som framträder återkommande, och kollaborativ konsumtion tycks kunna fylla en mening i att: 1) Öka den egna bekvämligheten genom besparing av tid och pengar, 2) Känna frihet från ägandets förpliktelser genom ansvarsreducering, 3) Kunna låna resurser med ett tryggt ramverk att förhålla sig till, för att slippa låna från vänner eller okända, 4) Utifrån personliga preferenser kunna förhålla sig till olika sociala aspekter, att nyttja delningstjänster dels för att vara social eller att slippa vara social, dels för att markera social gruppstillhörighet, och 5) Uppleva njutning och nöje.

Vidare förstår vi att den mening individer finner med kollaborativ konsumtion rekonstrueras i samspel mellan praktikens element. I flera fall tycks praktikens mening vara direkt beroende av elementet material, då det ofta verkar vara tack vare de teknologiska plattformarna som delningstjänsterna upplevs smidiga och kan fylla en mening i att öka den egna bekvämligheten. För att tjänsterna ska upplevas smidiga är dock praktisk know-how en förutsättning, det vill säga kompetens om hur plattformarna fungerar. Vi förstår alltså att meningen med kollaborativ konsumtion uppstår först i samspel med praktikens övriga element.

Tidigare forskning betonar främst negativ inställning som hinder för kollaborativ konsumtion (Kim et al., 2015; Lawson et al., 2016; Lee et al., 2018). Genom att analysera kollaborativ konsumtion ur ett praktikteoretiskt perspektiv och undersöka varför länkarna mellan praktikens

element bryts kan vi identifiera fler hinder. Det tycks finnas två typer av hinder, varav den första är hinder i form av barriärer. Det som här tycks hindra individer från att konsumera kollaborativt är ett inre motstånd till delningstjänsterna, ofta kopplat till osäkerhet, oro och att tjänsterna upplevs krångliga. Vi förstår att det är avsaknad av kompetens i form av förförståelse och praktisk know-how som orsakar att praktikens element inte sammanlänkas. Den andra typen av hinder är hinder för stunden, då nyttjande av delningstjänster hindras i den situation de är tänkta att användas. Här tycks anledningen till att elementen inte sammanlänkas vara avsaknad av material på grund av att resursen är för långt bort, ur funktion eller att tillgång nekas.

Slutligen indikerar våra resultat att den kontext och omgivning konsumenter befinner sig i påverkar deltagandet i kollaborativ konsumtion och avgör huruvida elementen sammanlänkas eller ej. Framförallt tycks det sociala nätverket och huruvida individer befinner sig utomlands eller i Sverige påverka inställning till, nyttjande av och upplevd mening med kollaborativ konsumtion.

Utifrån en kvalitativ och praktikteoretisk ansats kan vi visa på fenomenets komplexitet. Därigenom ser vi hur studien bidrar med en mer nyanserad förståelse kring vad som driver deltagande i kollaborativ konsumtion, samt hur deltagandet påverkas i en social kontext, något som tidigare har saknats eftersom majoriteten av studierna på området har varit kvantitativa. Genom att undersöka faktiskt deltagande i kollaborativ konsumtion tillför vår studie även relevanta insikter i vad kan hämma deltagandet i praktiken, ett forskningsområde som Böcker och Meelen (2017) påpekar inte vara tillräckligt utforskat. Vidare visar Hamari et al. (2016) att det kan finnas viss diskrepans mellan motiv och faktiskt beteende, att motiv till kollaborativ konsumtion inte alltid översätts i handling. Genom att undersöka vilken mening konsumenter faktiskt har funnit med nyttjandet av delningstjänster kan vi bidra med en djupare förståelse för vad konsumenter gör, inte vad de säger att de gör. Vidare förstår vi hur detta bidrag kan erbjuda en förklaring till varför tidigare studier har varit motsägande kring huruvida miljö är ett motiv till att konsumera kollaborativt eller inte. En del studier visar att miljö är ett grundläggande motiv (Böcker & Meelen, 2017; Lawson et al., 2016; Schor 2014) andra att det är ett av de svagare (Benoit et al., 2017). I vår studie, där faktisk mening har undersökts, är det endast en av de tio intervjupersonerna som uppger att delningstjänster har nyttjats av miljöskäl. Vi är medvetna om att resultaten inte är generaliserbara, men de indikerar att miljö inte tycks vara den huvudsakliga anledningen till att konsumera

kollaborativt. Att konsumera kollaborativt av miljöskäl förstår vi därför vara något som individer snarare säger än något som driver faktisk handling.

Vi ser även hur studiens bidrag kan vara relevant för aktörer som bedriver verksamheter baserade på kollaborativa affärsmodeller. En av de främsta barriärerna för att personer ska börja konsumera kollaborativt tycks vara osäkerhet kring tjänsterna och att de avstår från konsumtionsformen om den upplevs omständigt. För verksamheter som erbjuder olika typer av delningstjänster förstår vi att de således behöver göra det så enkelt som möjligt för konsumenter att nyttja tjänsterna, samt öka tjänsternas upplevda säkerhet. Studiens resultat indikerar även att konsumenter generellt övergår till kollaborativ konsumtion först när delningstjänsterna utgör ett smidigare alternativ än traditionell konsumtion. För att locka till att konsumera kollaborativt förstår vi därför att det är av vikt att kommunicera fördelarna med att dela jämfört med att äga.

## **7.2 Slutsatser**

Sammanfattningsvis tycks personer konsumera kollaborativt om det på något sätt gynnar den egna individen. Det kan vara av utilitaristiska skäl, då meningen ofta tycks vara att öka den egna bekvämligheten, men också för att markera social gruppstillhörighet eller slippa undan obehagliga lånesituationer med vänner och främlingar. Det kan också vara så enkelt som att kollaborativ konsumtion upplevs som en lustfylld aktivitet. Det som tycks hindra deltagande är om praktiken inte gynnar den egna individen. Personer som inte använder delningstjänster tycks uppleva att det är en börda att delta, vilket ofta verkar bero på otillräcklig kunskap om tjänsterna. Det som tycks hindra konsumenter från att nyttja delningstjänster i stunden, trots att de så önskar, är att den resurs som ska delas av olika skäl inte finns att tillgå, och att den mening deltagandet skulle ha fyllt således upphör. Att kollaborativ konsumtion hindras i stunden tycks emellertid inte hindra konsumenter från framtida nyttjande av delningstjänster. Slutligen tycks socialt nätverk och huruvida individer befinner sig utomlands eller i Sverige kunna avgöra om kollaborativ konsumtion fyller en mening eller ej.

### **7.3 Förslag till framtida forskning**

Vår studie utgick från en förhållandevis homogen urvalsgrupp. Det hade varit intressant att tillämpa studiens ramverk och utgå från ett mer heterogent urval för att finna ytterligare dimensioner inom meningsskapande och hinder för kollaborativ konsumtion. Flera av intervjupersonerna berättade om hur de upplever att deras föräldrar motsätter sig att nyttja delningstjänster. Det hade därför varit intressant för framtida studier att undersöka deltagande i kollaborativ konsumtion ur ett generationsperspektiv, för att utforska om det finns skillnader i mening och hinder generationer emellan. Då majoriteten av intervjupersonerna i denna studie var studenter hade det även varit intressant att i framtida studier inkludera fler samhällsgrupper, för att även här undersöka om det finns skillnader i mening och hinder.

Majoriteten av delningstjänsterna som berörs i denna studie tillhandahålls av företag som bedrivs i vinstdrivande syfte. Den definition av kollaborativ konsumtion som studien utgått ifrån rymmer emellertid även delande av resurser mot utbyte i icke-monetära termer. Det hade därför varit intressant att undersöka deltagande i kollaborativ konsumtion där tillgångar tillhandahålls av icke-vinstdrivande nätverk, för att därigenom utforska ytterligare dimensioner av mening och hinder kring praktiken.

## Referenslista

---

Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 1-10. doi: 10.1016/j.techfore.2017.07.006

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. (1. uppl.) Stockholm: Liber

Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898. Doi: 10.1086/666376

Belk, R. (2007). Why not share rather than own. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140. Från: [https://www.jstor.org/stable/25097913?seq=1&cid=pdf-reference#references\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/25097913?seq=1&cid=pdf-reference#references_tab_contents)

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.10.001

Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T., & Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.05.004

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. *Harvard Business Review*, 88(10), 15.

Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. (Revised and updated edition.) London: Collins.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2., [rev.] uppl.) Malmö: Liber.

Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39. doi: 10.1016/j.eist.2016.09.004

Couch, P. (2019, 15 februari). Matsvinn, sparkcyklar & medborgarengagemang. [Blogginlägg]. Hämtad från: <https://www.ibm.com/blogs/think/se-sv/2019/02/15/matsvinn-sparkcyklar-medborgarengagemang/>

Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10. doi: 10.1016/j.eist.2017.01.003

Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74-96. doi: 10.1080/09669582.2018.1560455

Habibi, M. R., Kim, A., & Laroche, M. (2016). From Sharing to Exchange: An Extended Framework of Dual Modes of Collaborative Nonownership Consumption. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(2), 277-294. doi: 10.1086/684685

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *JOURNAL OF THE ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY*, 67(9), 2047-2059. doi: 10.1002/asi.23552

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*, 32(1), 40-60. doi: 10.1177/2051570716678736

Justesen, L. & Mik-Meyer, N. (2011). *Kvalitativa metoder: från vetenskapsteori till praktik*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Kim, J., Yoon, Y., & Zo, H. (2015). Why People Participate in the Sharing Economy: A Social Exchange Perspective. *Pacific Asia Conference on Information Systems*,

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (3. [rev.] uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Lawson, S. J., Gleim, M. R., Perren, R., & Hwang, J. (2016). Freedom from ownership: An exploration of access-based consumption, *Journal of Business Research*, 69(8), 2615-2623. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.021

Lee, Z.W.Y., Chan, T.K.H., Balaji, M.S., & Yee-Loong Chong, A. (2018). Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber. *Internet Research*, 28(3), 829-850. doi: 10.1108/IntR-01-2017-0037

Leijonhufvud, J. (2017, 3 april). Här är de hetaste trenderna och bolagen i Sveriges växande delningsekonomi. *DiDigital*. Hämtad från : <https://digital.di.se/artikel/har-ar-de-hetaste-trenderna-och-bolagen-i-sveriges-vaxande-delningsekonomi>

Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207. doi: 10.1002/cb.1512

Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. (3., [uppdaterade] uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Paterson, M. (2006). *Consumption and everyday life*. London: Routledge

Reckwitz, A. (2002) Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. doi: 10.1177/13684310222225432

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. (1. uppl.) Malmö: Liber ekonomi.

Salomonsson, K. (2018). Ska vi låna grejor av varann? Om lånekultur och delandets mikropraktiker. I K. Salomonsson (Red.), *Mitt och ditt: Etnologiska perspektiv på ägandets kulturella betydelse* ( s. 167-194). [Elektronisk resurs]. Lund: Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

Schor, J. (2014). Debating the sharing economy. *Great Transition Initiative*. 1-15, Från: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice [Elektronisk resurs] everyday life and how it changes*. London: SAGE.

Treadgold, A.D. & Reynolds, J. (2016). *Navigating the new retail landscape: a guide for business leaders*. (Första upplagan). Oxford: Oxford University Press.

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture* 5(2), 131-153. doi: 10.1177/1469540505053090



# Bilagor

---

## Bilaga 1: Intervjuguide

### INLEDANDE DEL

- Om oss: Hanna och Teo, läser vårt sista år på Service Management programmet med inriktning på Retail.
- Vi gör den här intervjun inför vårt examensarbete.
- Syftet med vår studie är att undersöka varför personer väljer att få tillfällig tillgång till en produkt, resurs eller tjänst istället för att betala för den och äga den själv, och att man i någon mån därmed också delar dessa resurser med andra människor. Vi vill veta hur det går till, och om det finns något som hindrar deltagandet.
- Det vi är intresserade av är därför hur man tänker när man använder denna typ av tjänster, vad man gör, hur man upplever användandet. Vi är intresserade av detaljer, och inget du säger är onödigt eller överflödigt, vi ser hellre att du berättar för mycket detaljer än för lite.
- Svar kommer enbart att användas i denna studies syfte. Allt som sägs i intervjun kommer behandlas konfidentiellt, och du kommer att vara anonym i arbetet. Ditt deltagande är frivilligt, och du har rätt att avbryta intervjun eller välja att inte svara på frågor. Vi kommer att spela in intervjun - är det okej för dig?
- Har du någon fråga innan vi börjar? Går bra att ställa frågor under tiden!

Vill du berätta kort om dig själv?

- Ålder, sysselsättning, var du bor varför du valde att medverka i en intervju.

### DEL 1: ERFARENHET AV DELNINGSTJÄNSTER

**Hur du någon gång använt någon form av delningstjänst, en tjänst som innebär att man får tillfällig tillgång till något som man själv inte äger och alltså delar den med andra människor?** (vid flera pratar vi om en åt gången)

Hur skulle du beskriva den här tjänsten?

Kan du berätta om när du använde tjänsten - när, var, i vilket sammanhang?

- Hur och när hörde du talas om den?
- Använde du den direkt då, och i så fall varför/ varför inte?
- Vad var det som fick dig att börja använda den?

Kan du berätta om hur du konkret gick till väga första gången du använde tjänsten?

- Förstod du från början hur du skulle gå tillväga för att använda....?
- Hur kunde du veta? Om inte, hur löste du det?
- Var det enkelt att använda tjänsten? Var det något som var svårt?

Kan du berätta om din upplevelse av tjänsten?

- Vad var bra/ vad var dåligt?
- Vad är fördelarna med den här tjänsten?

- Finns det något du ser som nackdelar med tjänsten?

Varför valde du denna tjänst?

- Om du inte skulle ha använt ... vad hade varit alternativet?
- Varför valde du inte detta?

Tjänsten vi pratar om innebär att du delar resurser med andra. Vad hade varit fördelarna respektive nackdelarna om du hade ägt [aktuell resurs] själv?

- Förväntningar på hyra/ köpa produkten i sig.
- Föreställ dig att du hade haft möjlighet att både låna av en vän/bekant och hyra av företag/person som hyr ut - hur hade du tänkt då?
- Om det hade varit ett återkommande behov, hur hade du tänkt då?

Har du använt den fler gånger? Hur många? Hade du kunnat tänka dig att använda den igen?

Finns det något du tror skulle få dig att sluta använda den? / Vad fick dig att sluta använda den?

Skulle du rekommendera andra att använda tjänsten, och i så fall varför / varför inte?

Sällskap/ själv vi användning av tjänst? Skillnad att nyttja tjänsten själv/ i sällskap?

Har du använt någon annan tjänst? (Om så är fallet: upprepa frågor ovan!)

## DEL 2: BARRIÄRER OCH HINDER

Minns du någon gång när du använt någon av dessa tjänster och det inte gick som du ville?

- Kan du beskriva vad som gick fel, något som upplevdes svårt?
- Hur kände du då? Hur har det påverkat din inställning till...?

**Bortsett från de tjänster som du redan har använt - har du hört talas om några andra liknande tjänster?**

Hur hörde du talas om... ?

Är det någon av tjänsterna du är intresserad av att prova? Varför/varför inte?

- (Om det finns intresse) Vad är det som gjort att du inte provat den än?
- Av de som du inte är intresserad av att prova, är det något du tror skulle få sig att använda ... ?

Om du skulle vilja använda ... hur tror du att du hade gått tillväga?

De tjänster som vi pratat om tidigare: Hur tror du att din inställning till dessa tjänster hade varit om de hade varit gratis?

## AVSLUTANDE DEL

Vi vill avsluta med att prata om din förkunskap kring begreppet delningsekonomi. Hade hört om det innan, och i så fall var, när och i vilket sammanhang?

- (om ja) Vad innebär begreppet för dig?
- Vad är din generella inställning till att dela med andra istället för att du själv köper och äger det?

Är det något som har kommit upp under intervjun som du inte vill att vi tar med? Något du undrar över? Något du vill att vi ska förtydliga? Något du upplever att vi missat fråga om?

Tack för din medverkan!

## **Bilaga 2: Missivbrev till potentiella intervjudeltagare**

Är du intresserad av, eller har du någon gång använt elscootrar som VOI, Lime eller Tier? Hyrt boende via AirBnb? Hyrt verktyg via exempelvis Toolpool? Eller har du använt liknande tjänster som innebär att du betalar för tillfällig tillgång till något istället för att köpa och äga det själv? Då är vi intresserade av att träffa dig för en intervju!

Vi är två studenter från Service Management programmet vid Lunds Universitet som skriver vår kandidatuppsats inom ämnet delningsekonomi. Syftet med vår studie är att skapa en djupare förståelse för konsumenters motiv till att vilja delta i delningsekonomi samt kring eventuella hinder till deltagandet.

Vi planerar att genomföra intervjuer på ca 1 timme, och söker därför dig som har använt eller intresserar dig för ovanstående tjänster och som vill ge en bild av hur ditt deltagande ser ut. Ditt deltagande i studien är hela tiden frivilligt och du har rätt att avbryta intervjun. Intervjувaren kommer enbart att användas i denna studies syfte. Då kandidatuppsatser är publikt material kommer den finnas tillgänglig för allmänheten att läsa, och det går bra att vara anonym.

Låter det intressant träffar vi gärna dig vecka 16, mellan datumen 15 och 18 april, alternativt vecka 17. För anmälan eller frågor är du välkommen att höra av dig till [ha3380sa-s@student.lu.se](mailto:ha3380sa-s@student.lu.se) eller [te1358sa-s@student.lu.se](mailto:te1358sa-s@student.lu.se), eller skriv ett meddelande till oss på Facebook.

**Vi ser fram emot att höra av dig!**

**Vänliga Hälsningar,**

**Hanna och Teo**