

Thesis 347

# **Privat bildelning**

- Faktorer som påverkar användandet

Märta Kjellberg

Susanna Sjöstrand

Trafik och Väg  
Institutionen för Teknik och Samhälle  
Lunds Tekniska Högskola  
Lunds Universitet





Copyright © Märta Kjellberg, Susanna Sjöstrand

Författarna har gemensamt bidragit till hela examensarbetet.

LTH, Institutionen för Teknik och samhälle  
CODEN: LUTVDG/(TVTT-5314)/1-83/2020  
ISSN 1653-1922

Tryckt i Sverige av Media-Tryck, Lunds universitet  
Lund 2020



Examensarbete

CODEN: LUTVDG/(TVTT-5314)/1-83  
/2020

Thesis / Lunds Tekniska Högskola,  
Institutionen för Teknik och samhälle,  
Trafik och väg, 347

ISSN 1653-1922

Author(s): Märta Kjellberg  
Susanna Sjöstrand

Title: Privat bildelning – Faktorer som påverkar användandet

English title: Private carsharing – Factors that influence the use

Language: Svenska

Year: 2020

Keywords: Bildelning; Privat bildelning; Delningsekonomi; Resvanor;  
Theory of planned behaviour

Citation: Märta Kjellberg & Susanna Sjöstrand, Privat bildelning - Fak-  
torer som påverkar användandet. Lund, Lunds universitet,  
LTH, Institutionen för Teknik och samhälle. Trafik och väg  
2020. Thesis. 347

**Abstract:**

This thesis analyzes what factors influence the use of private carsharing and if it would be desirable with an increased use. Many claim that, in addition to contributing positively to the sharing economy, the concept can also contribute to a more sustainable society. The methods used in this thesis contained two interviews and one survey. The survey was designed based on the model Theory of planned behavior. The results that were given provided an in-depth understanding of how private carsharing services works today and what different kind of groups inquire to be able to use the service. The survey showed that the group using it the most are working middle-aged women living in the city. In addition, it showed that the intention to actually use private carsharing is greatest among older nonworking women living in the city. The factor influencing nonusers of private carsharing the most is “attitude toward the behavior” whereas users are mostly influenced by “perceived behavioral control”. Whether the use of private car sharing is sustainable or not depends on the actual use and a lot more research about the topic. The survey showed that the use of private carsharing reduces car use and increases the use of sustainable transportation modes. From a sharing economy point of view, it can be considered desirable with an increase of users but requires change in regulations and in travel habits. From an individual perspective it can be considered financially profitable which may increase the use.

Trafik och väg  
Institutionen för Teknik och samhälle  
Lunds Tekniska Högskola, LTH  
Lunds Universitet  
Box 118, 221 00 LUND

Transport and Roads  
Department of Technology and Society  
Faculty of Engineering, LTH  
Lund University  
Box 118, SE-221 00 Lund, Sweden

# Sammanfattning

Det här examensarbetet undersöker vilka faktorer som påverkar användandet av privat bildelning och om det är önskvärt med ett ökat användande av konceptet. Många anser att utöver att bidra till förbättringar inom delningsekonomi kan konceptet också leda till ett mer hållbart samhälle. Metoden i examensarbetet består av två intervjuer och en enkätundersökning. Resultatet ger en djupare förståelse för hur privata bildelningstjänster fungerar idag och vad olika grupper efterfrågar för att vilja använda tjänsterna. Enkäten designades utefter modellen Theory of planned behavior (TPB). Enkätsvaren visade att den grupp som använder privat bildelning mest idag är yrkesarbetande, medelålders kvinnor bosatta i städer. Intentionen att fortsätta använda eller börja använda privat bildelning är störst hos gruppen äldre kvinnor bosatta i stad, sysselsatta som pensionärer eller sjukskriven/föräldraledig/arbetsökande. "Attityd till beteendet" är den komponent i TPB som påverkar användandet av privat bildelning mest bland icke-användare och bland de som redan använder tjänsten är det "upplevd beteendekontroll" som påverkar mest. Om användandet av privat bildelning bidrar till hållbarhet eller inte beror framförallt på hur användandet av konceptet ser ut. Enkätsvaren visade att med användning av privat bildelning minskar bilanvändandet och användandet av kollektivtrafik, gång och cykel ökar något. Ur delningsekonomisynpunkt är det önskvärt med ett ökat användande av privat bildelning. Ur individperspektiv kan det vara ekonomiskt lönsamt med ett ökat användande av konceptet. För att ett ökat användande ska kunna ske krävs det både att individers beteende och dagens regleringar och skatter förändras.

# Förord

Detta examensarbete är den avslutande delen på civilingenjörsprogrammet Väg- och vattenbyggnad vid Lunds Tekniska Högskola. Arbetet har genomförts under vårterminen 2020 på avdelningen för Teknik och samhälle, i samarbete med Trivector Traffic.

Vi vill börja med att rikta ett stort tack till våra handledare vid institutionen, Lena Hiselius och Alfred Andersson som har bidragit med bra vägledning och många goda råd. Vi vill även rikta ett stort tack till våra handledare på Trivector Traffic, Emma Lund och Björn Wendle för att ha bidragit med inspirerande och intressanta diskussioner under arbetets gång. Dessutom vill vi rikta ett stort tack till samtliga medarbetare på Trivector för er hjälpsamhet och goda stämning när vi kommit med frågor och funderingar. Tack till er som medverkat i enkäten och blivit intervjuade och tack till studentgruppen, Oliver Miilus, Anna Berg och Reed Shi, för alla roliga och givande diskussioner vi haft under våren.

Avslutningsvis vill vi tacka våra vänner för fem fantastiska år på V-sektionen, sektionen för samhällsbyggnad. Utan er hade tiden i Lund inte blivit ens hälften så bra. Tack till våra familjer som stöttat och lyssnat på vårt oändliga tjat om bildelning och bilpooler och sist men inte minst, tack till varandra för ett oerhört bra samarbete.

Tack!

Lund, maj 2020

Märta Kjellberg

Susanna Sjöstrand

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Syfte	1
1.2 Frågeställningar	2
1.3 Avgränsning	2
1.4 Disposition	2
<b>2. Bakgrund</b>	<b>3</b>
2.1 Definition av privat bildning	3
2.2 Regleringar och lagar idag	5
2.3 Svenskarnas resmönster	6
2.4 Bilens funktion i samhället	7
2.5 Formella privata bildningstjänster verksamma idag	9
<b>3. Teori – Hur ett beteende kan förklaras</b>	<b>11</b>
3.1 Theory of planned behavior	11
<b>4. Metod</b>	<b>15</b>
4.1 Kvalitativ metod	15
4.2 Kvantitativ metod	16
4.3 Analysverktyg	20
<b>5. Resultat och analys – Kvalitativ studie</b>	<b>25</b>
5.1 Uppstart och utbredning	25
5.2 Målgrupp	26
5.3 Användning	26
5.4 Nyckelfri funktion	27
5.5 Marknadsföring	28
5.6 Jämförelse med andra länder	28
5.7 Framtiden	29
<b>6. Resultat och analys – Kvantitativ studie</b>	<b>31</b>
6.1 Deskriptiv statistik	31
6.2 Analys av insamlade data	43
<b>7. Diskussion</b>	<b>51</b>
7.1 Resultatdiskussion	51
7.2 Metoddiskussion	60



7.3	Begränsningar .....	61
<b>8.</b>	<b>Slutsats .....</b>	<b>63</b>
8.1	Förslag till vidare studier .....	63
<b>9.</b>	<b>Referenser .....</b>	<b>65</b>
<b>Appendix A - Intervjufrågor .....</b>		<b>70</b>
<b>Appendix B – Enkätfrågor .....</b>		<b>71</b>



# 1. Inledning

I alla tider har individer delat och lånat resurser mellan varandra (Puschmann & Alt, 2016). Detta är ett värdefullt sätt, ur många aspekter, att använda samhällets resurser mer effektivt. Idag benämns detta koncept som delningsekonomi och innebär att en konsument inte ensam äger eller bär kostnaden för en viss produkt. Konsumenten som hyr eller lånar produkten har fortfarande tillgång till den men endast vid det tillfälle den efterfrågas.

Traditionellt sett har delningsekonomi funnits mellan privatpersoner sedan lång tid tillbaka men på senare tid har kommersiella företag insett potentialen i konceptet och gett sig in på marknaden. Idag finns det många typer av företag som använder sig av så kallad delningsekonomi. Några exempel är Airbnb, Parkatmyhouse och Couchsurfing vilka alla tre baseras på ett koncept där en privatperson delar eller lånar ut sina resurser med andra privatpersoner (Puschmann & Alt, 2016).

I detta examensarbete kommer temat bildelning att skildras, mer specifikt privat bildelning. Privat bildelning innebär att privatägda bilar delas mellan privatpersoner. Bildelning är tydligt kopplat till konceptet delningsekonomi. Bilen är en dyr egendom som de flesta har tillgång till, men utnyttjandet av resursen hade kunnat effektiviseras. Bildelning blir allt mer populärt av ett flertal anledningar, det kan vara eftersom många ser bildelning som en möjlighet att bidra till ett bättre utnyttjande av bilar, att spara pengar eller att träffa nya människor (Prieto, Baltas, & Stan, 2017).

Ett annat argument för att öka användandet av olika typer av bildelning är att det ska ge positiva effekter gällande hållbarhet (Prieto, Baltas, & Stan, 2017). Sverige har ett nationellt mål om att minska utsläppen av växthusgaser från transportsektorn (Klimatmålsenheten, Naturvårdsverket, 2020) och många ser bildelning som en möjlighet att bidra till detta. Även om det talas om att bildelning kan vara en hållbar lösning, är det många som anser att det inte går att säga säkert om ett ökat användande av konceptet bildelning kommer att bidra till att minska utsläppen från transportsektorn. Om effekterna blir positiva eller negativa kan antas till stor del bero på från vilket annat transportmedel skiftet till användande av bildelning sker.

## 1.1 Syfte

Syftet med det här examensarbetet är att studera användandet av formell privat bildelning sett till både företagets och användarnas perspektiv. Det undersöks hur användningen av privat bildelning påverkas av beteendet och av yttre faktorer. Vad som kan ge en ökad användning av konceptet och om en ökning är önskvärd studeras också.

## 1.2 Frågeställningar

Två frågeställningar har formulerats för detta examensarbete vilka ska medföra att arbetets syfte uppfylls:

- Vilka faktorer påverkar användningen av privat bildelning och vad krävs för att en ökning av användandet ska ske?
- Är det önskvärt att öka användningen av privat bildelning?

## 1.3 Avgränsning

Detta examensarbete avgränsas till att främst behandla funktionen hos formella privata bildelningstjänster verksamma i Sverige idag. Då det inte finns så mycket information att tillgå från privata bildelningstjänster kommer konceptet kommersiell bilpool att refereras till en del i examensarbetet.

## 1.4 Disposition

Detta examensarbete inleds med en övergripande inledning över studiens bakgrund, dess syfte, frågeställningar och avgränsningar. Under kapitel 2, Bakgrund, redogörs för definitionen av bildelning och hur privat bildelning definieras i detta arbete. Vidare beskrivs dagens lagstiftning och regleringar som rör privat bildelning. Därefter redogörs det för statistik över resor i Sverige idag och bilens samt bildelningens funktion i samhället. Kapitel 3, Teori – Hur ett beteende kan förklaras, innehåller en beskrivning av modellen Theory of planned behavior (TPB) som examensarbetets enkätstudie baseras på. Vidare beskrivs studiens metod i kapitel 4 där tillvägagångssättet inneburit en kvalitativ och en kvantitativ undersökning, där den kvantitativa undersökningen utgår från modellen TPB. I kapitel 5 och 6 presenteras därefter det resultat som erhållits från den kvalitativa och den kvantitativa undersökningen. Till sist knyts examensarbetet ihop med en diskussion av frågeställningarna, av resultaten som studien givit och avslutas därefter med slutsatser.

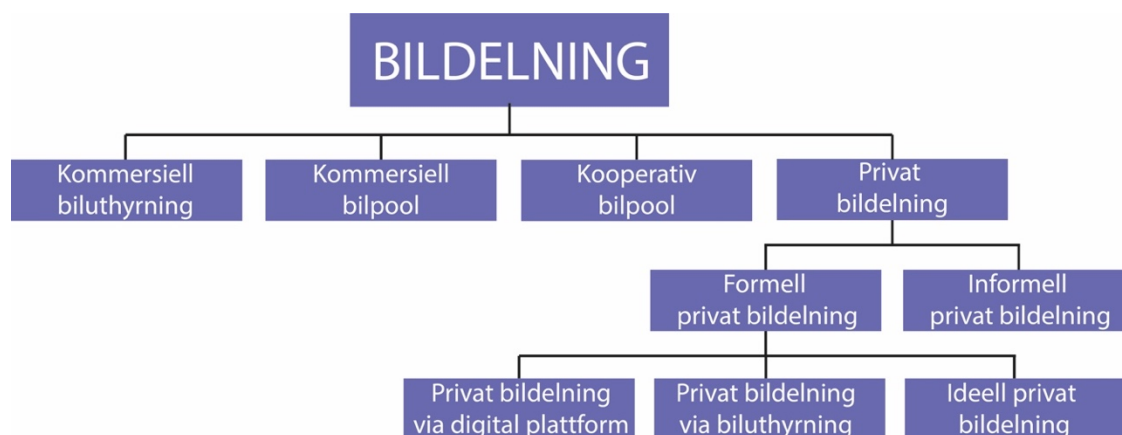
## 2. Bakgrund

Som en bakgrund till studien i examensarbetet följer nedan en definition av privat bildelning och en nulägesbeskrivning som inkluderar användningen av bilen i samhället idag och användningen av bildelning.

### 2.1 Definition av privat bildelning

I det här examensarbetet kommer bildelning att delas in i fyra övergripande kategorier, vilka illustreras i Figur 1. Denna indelningen är konstruerad med inspiration från definitionsförslag framtagna av Olsson och Schnurr (2018) och Steorn och Goldmann (2017).

- 1 Kommersiell biluthyrning, som innebär att en kommersiell aktör äger och hyr ut bilar. Uthyraren har allt ansvar för bilen gällande underhåll. För att kunna hyra en bil krävs det att användaren registrerar sig vid varje enskilt tillfälle.
- 2 Kommersiell bilpool, som innebär att ett företag äger bilarna som hyrs ut och användaren betalar en medlemsavgift för att få tillgång till bilarna. Bilar finns tillgängliga vid olika stationer och bokas via en digital plattform.
- 3 Kooperativa bilpooler, som innebär att en förening äger bilarna men bedriver en icke vinstdrivande verksamhet. Medlemmarna hjälps åt med bokning, betalning, drift och underhåll av bilarna.
- 4 Privat bildelning, även kallat peer-to-peer-bidelning (P2P), som innebär att en privatperson hyr ut sin privatägda bil till en annan privatperson.



Figur 1 Illustration över indelningen av olika kategorier av bildelning

Privat bildelning antas kunna delas upp i två underkategorier, formell och informell privat bildelning (Olsson & Schnurr, 2018). För att definiera hur verksamheten ser ut delas dessa underkategorier upp ytterligare. Examensarbetet kommer att fördjupa sig i formell privat bildelning.

### **2.1.1 Formell privat bildelning**

Konceptet formell privat bildelning sker oftast via en digital plattform där bokning, uthyrning och betalning genomförs. Plattformen drivs av en privat bildelningsförmedlare. Bilen används fortfarande för privat bruk av dess ägare i stor utsträckning (Olsson & Schnurr, 2018). Bilägaren bestämmer själv ett pris per dygn för uthyrning av bilen och därefter läggs en viss summa på för hyrestagaren enligt bestämda procentsatser för försäkringsavgift samt service- och administrationsavgifter (GoMore, 2020; SnappCar, 2020).

Formell privat bildelning kan också innebära att den privatägda bilen lämnas in till en uthyrningsfirma som i sin tur hyr ut bilen till privatpersoner under en överenskommen tid (Olsson & Schnurr, 2018). Ett försök till detta genomfördes i USA där idén innebar att personer hade möjligheten att lämna in bilen till en uthyrningsfirma på en flygplats, som därefter hyrde ut bilen under de dagar ägaren inte hade behov av bilen (Levine, 2014).

Det finns även vissa samarbeten mellan aktörer för privat bildelning och leasingföretag där den leasade bilen kan delas till privatpersoner vid enstaka resor (Trafikanalys, 2016).

Förmedlingstjänsterna nämnda ovan bedriver en ekonomisk verksamhet och är vinstdrivande (Bilpool, 2020).

En annan modell av formell privat bildelning kan innebära att uthyrningen och det administrativa arbetet hanteras av en ideell förening. Formell ideell privat bildelning drivs utan vinstsyfte där intäkterna går tillbaka till medlemmarna genom till exempel utbetalning på konto eller som ersättning vid eventuella skador som uppstått på bilen under uthyrningsperioden (Sambil, 2020).

### **2.1.2 Informell privat bildelning**

Informell privat bildelning innebär att den privatägda bilen delas utan hjälp av någon professionell förmedlare. Oftast sker detta till individer i ens närhet så som grannarna, familjemedlemmar eller vänner och konceptet bygger därmed på att bilen delas mellan de som känner varandra (Olsson & Schnurr, 2018). Enligt en studie genomförd av IVL antas den informella bildelningen vara etablerad sedan länge på landsbygd, vilket grundar sig på att personer i området har känt och känt till varandra länge likaväl som att de vet vem som äger vad (Fjellander, o.a., 2019).

Till skillnad från formell privat bildelning hanteras inte försäkring på samma kontrollerade sätt i informell privat bildelning. Då en bil lånas mellan närstående är det bilens ägare som har ansvaret om bilen skulle skadas. Om en förmedlingsfirma används för uthyrningen, som i formell privat bildelning, är det istället förmedlingsfirman som står för försäkringen och hyrestagaren som har ansvaret vid en olycka (SnappCar, 2020).

## 2.2 Regleringar och lagar idag

Idag finns det ingen juridisk definition av bildelningstjänster vilket innebär att de i dagsläget hamnar i samma kategori som kommersiella biluthyrningstjänster och då även regleras på samma sätt som dessa (Lindén, 2019; SOU, 2017). Sedan 2018 har däremot en detaljerad utredning på uppdrag av regeringen genomförts för att kunna ge motorfordonspooler, med undantag för privata bildelningstjänster, en egen definition i lagstiftningen. Att privata bildelningstjänster inte ingår i detta förslag på definition beror främst på brist på forskning om konceptets påverkan på miljön. Syftet med en egen definition är att främja en omställning och förändring av resmönstret för att till slut nå målet om att minska växthusgaserna (SOU, 2020).

Om de privata bildelningstjänsterna får en egen definition kan staten ha möjlighet att gynna tjänsterna via lagstiftningar och ekonomiska incitament (Lindén, 2019). Dessutom kan det medföra att kommuner lättare kan ta beslut om exempelvis parkeringsnormer och andra offentliga upphandlingar där bildelningstjänster är inblandade (Holmberg, Roth, & Sarasini, 2017).

Som nämnts ovan regleras privat bildelning och kommersiella bilpooler på samma sätt som kommersiella biluthyrningsfirmor, som till exempel Hertz. Den lagen behandlar ”yrkesmässig uthyrning av fordon utan förare” (RISE, 2018). För att ha möjlighet att hyra ut sitt fordon krävs tillstånd hos Transportstyrelsen vilket innebär att bilen registreras för biluthyrning (RISE, 2018). Termen ”yrkesmässig” är svår att definiera vid privat bildelning. Att dela sin privatägda bil via en förmedlare antas idag vara yrkesmässig uthyrning och förmedlarna behöver därmed ha tillstånd. Bilarna är däremot inte registrerade som hyrbilar då de fortfarande är privatägda. Delas den privatägda bilen via en uthyrningsfirma istället behöver bilarna vara registrerade som hyrbilar och uthyrningsfirman behöver ha tillstånd (RISE, 2018).

När delning av en bil sker ska det av uthyraren tas upp i inkomstdeklarationen hos Skatteverket (Skatteverket, 2020). Om delningen sker kontinuerligt anses det vara en ekonomisk verksamhet vilket innebär att moms ska betalas (Olsson & Schnurr, 2018). Bildelaren behöver däremot inte momsregistrera sig om försäljningen genererar mindre än 37 500 kr per år (Skatteverket, 2020). Momsen är 25% för bilpooler och bildelning, jämfört med till exempel taximomsen som ligger på 6% (Skatteverket, 2020; Noll, 2017).

Utöver möjlig momsskattning ska bildelaren skatta 30% på den genererade inkomsten. Det är möjligt att göra en del avdrag, till exempel behöver ingen skatt betalas om den genererade inkomsten är lägre än eller lika med 30 000 kr per år. För att erhålla dessa avdrag krävs det att bildelaren själv deklarerar detta. Detta kan anses vara besvärligt, då deklARATIONEN för många vanligtvis endast innebär att kontrollera och därefter godkänna den (RISE, 2018).

## 2.3 Svenskarnas resmönster

För att ha möjlighet att besvara frågeställningarna i examensarbetet är det viktigt att skapa sig en överblick över hur individer i Sverige reser idag. Det är intressant att veta på vilket sätt de reser, med vilka transportmedel och vilken typ av sträckor. Detta för att därefter kunna analysera och jämföra med de resultat som erhålls av den kvantitativa studien.

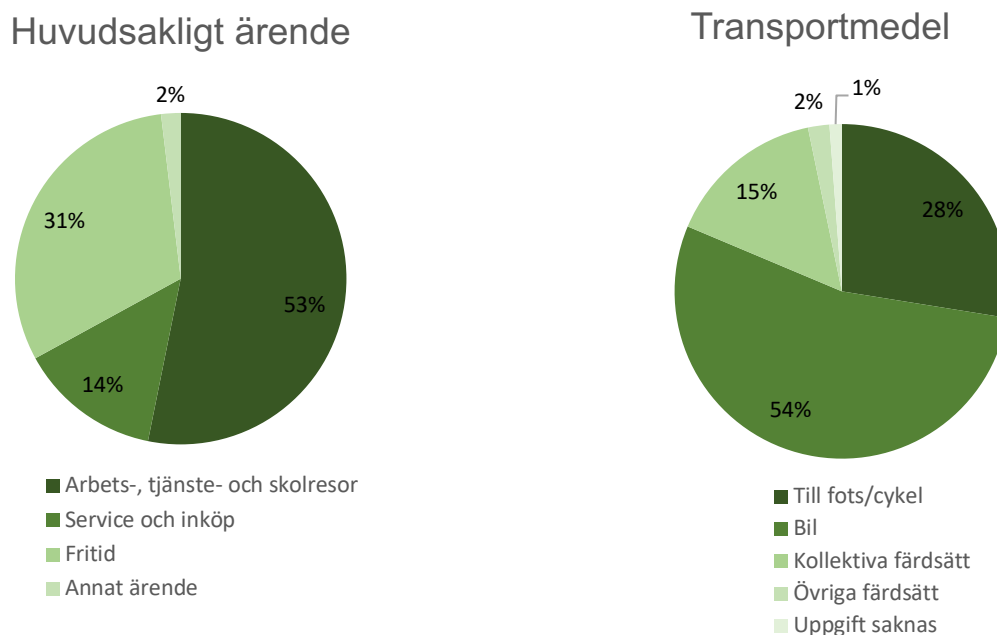
Vilket transportmedel en individ väljer att använda för att ta sig någonstans beror på många faktorer. Dessa faktorer kan till exempel vara förutsättning i tillgänglighet eller demografiska och socioekonomiska aspekter så som kön, inkomst och utbildning. Även faktorer som vanor, attityder och normer påverkar resmönstret. Utöver faktorerna nämnda ovan påverkar också utformning och planering av infrastrukturen val av transportmedel och resmönster. Planeringsfaktorer påverkar framförallt valet av transportmedel när det gäller hållbara transportmedel (Smidfelt Rosqvist & Wennberg, 2018).

Enligt RVU:s (Trafikanalys, 2017) undersökning genomförd 2015–2016 utförs i genomsnitt 1,35 huvudresor per person och dag. En huvudresa innebär enligt RVU ”en resa som startar och slutar i personens bostad, fritidsbostad, arbetsplats, skola, praktikplats eller tillfällig övernattningsplats”, med andra ord ”definierade basplatser” (Cedersund & Lewin, 2005). Samma antal resor genomförs oberoende av kön. Skillnaderna i antal resor beroende på andra faktorer så som ålder, inkomst och utbildningsnivå är mer tydliga. Svenskar reser i snitt 38 km per person och dag där cirka 25 km resa sker med bil. Män reser längre sträckor per dag jämfört med kvinnor.

Antal huvudresor per dag och person med avseende på kommungrupp är relativt lika oavsett var personen är bosatt. Antalet resor genomförda från förorter till en stad är något färre per dag och person jämfört med andra kommungrupper. Resorna som sker på landsbygd är i genomsnitt längre och tar längre tid att utföra (Smidfelt Rosqvist & Wennberg, 2018).

De yngre och äldre åldersgrupperna reser mindre än medelåldern, vilket även påvisas i en studie publicerad av UCLA (Blumenberg, o.a., 2012). I åldersgruppen 15–21 år är kollektiva transporter det transportmedel som används mest, detta kan bero på att ekonomiska faktorer starkt influerar ungas val av transportmedel (Blumenberg, o.a., 2012). Kvinnor reser mer kollektivt än män (Trafikverket, u.d). Överlägset flest huvudresor görs som arbets-, tjänste- och skolresor, i genomsnitt 53% resor per dag, där bil är färdmedlet som används mest. Detta kan ses i Figur 2.





Figur 2 Fördelning av resor med huvudsakligt ärende och med avseende på transportmedel (Trafikanalys, 2017)

Fördelningen av de färdmedel som är vanligast att använda idag visas i Figur 2 och bildelningsanvändandet är inkluderat under kategorin bil. Användningen av bildelning är idag fortfarande väldigt liten och utgör endast en bråkdel av det totala bilanvändandet i Sverige (Miljöbarometern, 2020). I avsnitt 2.4, Bilens funktion i samhället, redogörs att intresset för att resa med bildelning och bilpooler har ökat under de senaste åren. Vid en fortsatt ökning av användandet av dessa tjänster kan kunskapen både om bildelning, bilpooler och även nuvarande dominerande färdmedel vara av stor vikt. Kunskapen kan komma att vara viktig för att ha möjlighet att hantera förändringar eller investeringar som kan behöva genomföras och för att kunna hantera och se skillnader från dagens resmönster (Olsson, Maier, & Friman, 2019).

## 2.4 Bilens funktion i samhället

I detta avsnitt kommer bilens funktion i dagens samhälle och dess historia att skildras samt hur detta kan förknippas med dagens användning av bildelning och av bilpooler. Då privat bildelning är ett relativt nytt koncept saknas specifika data för just detta och därmed kommer generella data för bildelning att presenteras.

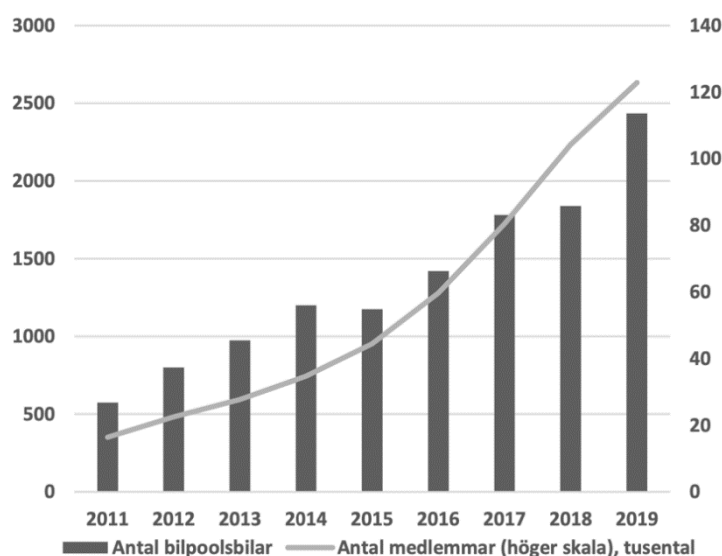
Bilen har i Sverige varit det viktigaste transportmedlet för privatpersoner sedan 1950-talet. Då blev bilen så pass billig och lättillgänglig att en stor del av befolkningen hade råd att äga sin egen bil. Sedan dess har bilen varit en norm där vägar och städer har anpassats för att passa bilen (Bösch & Brodén, 2009). Infrastrukturen i samhället idag är fortfarande till stor del anpassad efter bilens behov och det finns ungefär en privatägd bil per varannan person i

Sverige. Trots ett ökat ägande av bil sker en viss minskning av det totala trafikarbetet för varje individ (Kågeson, 2014). Det är främst bland äldre som bilägandet ökar, hos den yngre befolkningen har en viss minskning av bilanvändandet skett de senaste åren.

Då bilägandet ökar men bilanvändandet minskar blir effekten att en stor mängd bilar blir stillastående större delen av dygnet (Ringhagen, 2016; Kågeson, 2014). Den privatägda bilen beräknas stå parkerad i genomsnitt 97% av dess livstid vilket innebär att den är en ineffektiv resurs i samhället (Trafikanalys, 2016). När bilen väl rullar bidrar den till stora utsläpp. Alla bilar i Sverige släpper tillsammans ut 10 miljoner ton koldioxid per år, vilket är mer än hälften av inrikestransporternas koldioxidutsläpp i Sverige (WWF, 2020).

Bilar bidrar också till trängsel, dålig luft i städer och dessutom buller, effekter som inte anses attraktiva (Bösch & Brodén, 2009). Med detta i åtanke sågs ett behov av att använda de resurser som redan finns i samhället, minska nyproduktionen av bilar och därmed minska antalet bilar i städerna. Detta behov har lett till att bildelningstjänster har startats upp (Karlberg, 2020). Enligt Regeringskansliet antas en bilpoolsbil kunna ersätta sex stycken privatägda bilar vilket därmed kan antas vara resurseffektivt (SOU, 2017).

År 2018 var cirka 1% av Sveriges befolkning aktiva bilpoolsanvändare vilket motsvarar cirka 1,5% av antalet körkortsinnehavare i Sverige (Miljöbarometern, 2020). De här siffrorna bygger på uppgifter från bilpooler som är med i Bilcoop, samt från Moveabout, Sambil och Sunfleet. Uppskattningsvis ökar antalet bilpoolsbilar hos de större svenska bilpoolerna med cirka 50–100 stycken varje år. Förändringen av antalet bilar i dessa bilpooler under de senaste åren presenteras som staplar i Figur 3. Denna ökning är långsammare än ökningen av användare vilket därmed kan innebära att bilpoolsförmedlarna blir allt bättre på optimering. Förändringen av antalet bilpoolsmedlemmar i de större svenska bilpoolerna under de senaste åren presenteras som en kurva i Figur 3.



Figur 3 Antal bilpoolsbilar och antal medlemmar (SOU, 2020)

## 2.5 Formella privata bildelningstjänster verksamma idag

Privata bildelningstjänster har funnits på marknaden så långt som tillbaka till 1970-talet då ett initiativ gjorde det möjligt för ett boendeområde att tillsammans dela på ett antal bilar (Noll, 2017). Den svenska staten stöttade denna typ av initiativ genom att investera en del pengar. År 1976 startade den första privata bildelningstjänsten i Sverige, kallat Bilpoolen (Arcidiacono & Duggan, 2019). Företaget ägde inte själva några bilar och ansvarade endast för logistiken vid uthyrning, det vill säga samma idé som privata bildelningstjänster bygger på idag. Bilpoolen avslutade sin verksamhet endast några år senare på grund av bristande intresse.

Sambil är en formell ideell privat bildelningstjänst som bildades år 1980 i Stockholm (Sambil, 2020). I och med att den finns kvar än idag är Sambil Europas äldsta bilpool. Privatpersoner delar sina bilar med medlemmar i Sambil där föreningen fungerar som förmedling och står för det administrativa arbetet. Sambil har idag ca 150 medlemmar på orter runt om i hela landet och det finns över 20 bilar att hyra. Syftet med Sambil är att ”verka för en bilanvändning som är samhällsekonomiskt och miljömässigt sund och som samverkar med övriga persontransportsystem”.

Med digitaliseringens utveckling har funktioner så som bokning av bilar och betalning förenklats. Detta har inneburit att nya och bättre förutsättningar för privat bildelning uppstått (Paulsson, 2018). Bland de första bildelningsföretag som drog nytta av digitaliseringen och startade digitala plattformar för privat bildelning finns idag två Sverigeledande tjänster, GoMore och SnappCar (Bergkvist, 2020; Karlberg, 2020).

Några år efter att GoMore och SnappCar startades lanserades även ett antal andra privata bildelningsstjänster. Dessa är till exempel Go Ciao Ciao och Ridebite (Isaksson, 2019; Ridebite, 2020).

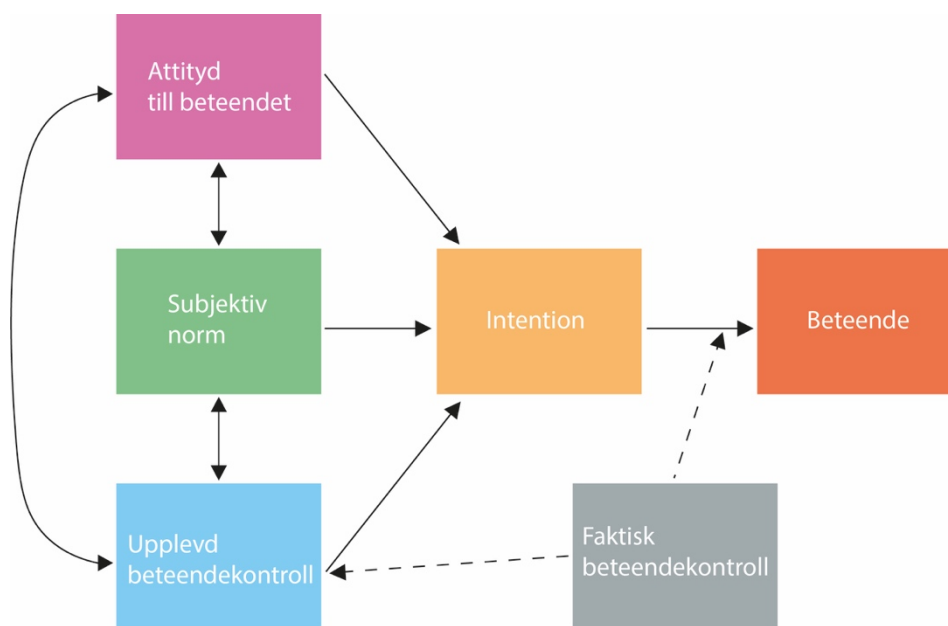


### 3. Teori – Hur ett beteende kan förklaras

I följande kapitel kommer modellen Theory of planned behavior att beskrivas. Denna modell används för att förklara hur ett visst beteende eller beslut genomförs (Ajzen, 1991). En av frågeställningarna i detta examensarbete lyder ”Vilka faktorer påverkar användningen av privat bildelning och vad krävs för att en ökning av användandet ska ske?” som med hjälp av denna modell därmed besvaras. Theory of planned behavior har valts att användas då den är en ofta använd teori vid analyser av beteende inom trafikområdet. Teorin är dessutom både väl beprövad och bra anpassad för att användas i detta examensarbetets val av metod.

#### 3.1 Theory of planned behavior

Icke Ajzen beskriver i Theory of planned behavior (TPB) faktorer som påverkar individers process att ta beslut och genomföra ett beteende (Ajzen, 1991). Ajzen menar att när ett beslut tas beror detta på både en yttre och inre påverkan vilket kan avspeglas av de olika komponenterna i teorin (Ajzen, 1991). Teorin består av tre mätbara komponenter: attityd, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll och en ej mätbar komponent benämnd som faktisk beteendekontroll. Dessa komponenter och hur de samverkar beskrivs nedan och modellen illustreras i Figur 4.



Figur 4 Illustration över modellen Theory of planned behavior (Ajzen, 1991)

### 3.1.1 Attityd till beteendet

”Attityd till beteendet” refererar till vilken grad en individ anser att ett beteende är positivt eller negativt. Denna inställning beror på den redan existerande känslan gentemot liknande objekt en individ har sedan tidigare (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975). En attityd bygger alltså på de konsekvenser som förväntas av ett beteende. Attityd är något långvarigt och generellt, inte något som sker spontant eller som är kopplat till ett visst tillfälle (Vaughan & Hogg, 2008).

Attityder bildas oftast ur sociala sammanhang och uppstår vanligtvis redan under barndomen då en förälder eller en lärare kan ha stor inverkan på ett barn (Vaughan & Hogg, 2008). Med uppfostran genom beröm och bestraffning skapas positiva respektive negativa attityder till olika beteenden. Inte bara hur barn blir behandlade påverkar deras attityder, även föräldrars åsikter, inom till exempel politik eller religion, förs vidare till barnen utan att de egentligen vet något om konsekvenserna (Vaughan & Hogg, 2008). En individs attityder styrs till stor del av personliga värderingar, dessa är mer grundligt rotade än attityder och påverkar beslut på längre sikt (Kotler & Keller, 2012). För privat bildelning kan detta innebära att tidigt bli positivt eller negativt influerad till konceptet genom att till exempel ha använt sig av en liknande delningstjänst innan, så som Airbnb (Puschmann & Alt, 2016).

### 3.1.2 Subjektiv norm

”Subjektiv norm” innebär den upplevda sociala pressen eller grupstrycket att utföra eller att inte utföra ett beteende. Det innebär den upplevda normen från samhället eller från andra individer i omgivningen inför att ta ett beslut. Ajzen (1991) menar att en persons vilja att förändras och prova något nytt påverkas av omgivningens subjektiva normer och attityder. Sociala normer är oskrivna regler för en grupp av personer, men det kan också innebära uppfattning av skillnader mellan olika grupper (Vaughan & Hogg, 2008). Människan är rationell i de val som görs och tar hänsyn till olika faktorer för att ta ett beslut (Ajzen, 1991).

Likt en självuppfyllande profetia beter individer sig som de tror att andra förväntar sig att de ska bete sig. Det finns teorier som säger att det kan bero på viljan att inte sticka ut och vara annorlunda, utan istället bli accepterad av andra (Carlson, o.a., 2010). Det här fenomenet kan förklaras med begreppet konformitet som innebär att även om en person vet att ett val är felaktigt väljs det ändå, om resten av gruppen följer det alternativet (Vaughan & Hogg, 2008). För privat bildelning kan detta innebära att personer i ens närhet uppmanar en att utnyttja sina resurser mer effektivt.

### 3.1.3 Upplevd beteendekontroll

”Upplevd beteendekontroll” refererar till den upplevda svårigheten eller lättheten att genomföra ett beteende, vilket då antas reflektera tidigare erfarenheter, förväntade hinder samt faktiska hinder. Ju starkare intentionen är desto större sannolikhet är det att beteendet sker, förutsatt att det sker då en individ har kontroll över sitt eget beteende (Ajzen, 1991). Ajzen beskriver den upplevda beteendekontrollen som självtillit, både gällande kognitiv och fysisk förmåga. För privat bildelning kan detta innebära att en individ ser den digitala plattformen som svår att använda och därmed avstår från att bli medlem.

”Upplevd beteendekontroll” är den komponent som skiljer TPB från tidigare liknande teorier (Ajzen, 2001). TPB utvecklades efter att forskare var skeptiska till den föregående teorin Theory of reasoned action (TRA). I TRA bygger intentionen att utföra ett beteende endast på ”attityd till beteendet” och ”subjektiv norm” och det verkade inte alltid stämma överens med det faktiska beteendet (Vaughan & Hogg, 2008).

### 3.1.4 Intention

Enligt TPB ger de tre ovan beskrivna komponenterna tillsammans intentionen för en person att ta ett beslut och genomföra ett beteende. Antagandet som görs i teorin är att då de tre komponenterna samverkar på ett positivt sätt leder det till en positiv intention för en individ att utföra beteendet (Ajzen, 1991). I detta fall innebär intentionen viljan att använda en privat bildelningstjänst. Intentionen kan ge en fingervisning av det faktiska beteendet men den faktiska beteendekontrollen som beskrivs nedan är den avgörande komponent som skiljer dem åt.

### 3.1.5 Faktisk beteendekontroll

Den ”faktiska beteendekontrollen” kan beskrivas som utomstående krafter som inte går att påverka personligen (Ajzen, 1991). Ajzen beskriver det som att undvika oförutsägbara händelser. Den faktiska beteendekontrollen tillsammans med intentionen avgör om en handling kommer att genomföras eller inte. Om intentionen finns är det egentligen bara rätt tillfälle att genomföra det planerade beteendet som saknas (Ajzen, 1991). Om ett beteende inte utförs även om intentionen finns beror det ofta på att den faktiska beteendekontrollen säger emot genomförandet (Vaughan & Hogg, 2008). För privat bildelning kan detta innebära dåliga väderförhållanden som gör det omöjligt att köra bil.





## 4. Metod

Studien i detta examensarbete kommer att baseras på två undersökningsmetoder, en kvalitativ metod i form av två intervjuer samt en kvantitativ metod i form av en enkät. En kvalitativ metod innebär öppna frågor och låg struktur, vilket betyder att författarna satt upp ett antal hållpunkter till vilka de inte är helt bundna (Holme & Solvang, 1997). En kvantitativ metod innebär att organiserat samla in en mängd kvantifierbara data vilka därefter kan sammanfattas och analyseras utifrån testbara hypoteser (NE, 2020a). Frågorna i en studie av denna typ är fasta, det vill säga fixerade och ej justerbara (Ejlertsson, 1996).

### 4.1 Kvalitativ metod

Två intervjuer genomfördes under studiens gång. Att genomföra intervjuer är förmodligen den mest använda kvalitativa undersökningsmetoden (Bryman, 2018). Intervjuprocessen i denna studie var flexibel och underlaget utformades enligt en semistruktur. Detta innebär att författarna har tagit fram en intervjuguide med ett antal hållpunkter vilket tillåter intervjupersonen att forma sina svar på ett sätt den själv behagar (Bryman, 2018).

De två personer som valdes att intervjuas i studien kommer från de två ledande privata bildelningstjänsterna i Sverige, Fredrik Karlberg Sverigechef på SnappCar och Klara Bergkvist Market manager på GoMore. Dessa två personer intervjuades eftersom det fanns en del luckor som författarna ansågs behövas fyllas angående informationen om hur de privata bildelningstjänsterna fungerar i Sverige idag. Intervjuguiden och dess hållpunkter utformades noga utifrån examensarbetets frågeställningar och utifrån vilka ämnen inom området privat bildelning författarna ansåg behövde vidareutvecklas samt sådant som inte kunde hittas vid olika typer av sökningar. Frågorna utformades så att svaren på dessa skulle ge förutsättningar för att besvara frågeställningarna utifrån en bildelningsförmedlares synvinkel.

Innan de faktiska intervjuerna genomfördes provades intervjuguiden och dess hållpunkter i en pilotstudie. Detta för att ha möjlighet att upptäcka oklarheter och otydliga formuleringar (Bryman, 2018). Pilotstudien utfördes på en person någorlunda insatt i hur bildelning fungerar och desto mer insatt i trafikområdet. När denna var genomförd korrigerades intervjuguiden till den slutgiltiga versionen. Intervjuguiden hittas i Appendix A.

Intervjuerna genomfördes därefter över telefon i februari 2020, spelades in så att inga uttryck eller fraser gick förlorade och transkriberades därefter.

## 4.2 Kvantitativ metod

En ofta använd kvantitativ metod är en enkätundersökning, som även har använts i det här examensarbetet (Ejlertsson, 1996). Enkäten har utformats noggrant utifrån aspekter som antagits vara intressanta för studien. Dessa aspekter har tagits fram genom litteraturstudie inom ämnet och därefter har relevanta frågeställningar utvecklats. Målet med enkäten är att analysera användningen av privata bildningstjänster och vilka faktorer som påverkar detta.

### 4.2.1 Målgrupp och respondenter

Målgruppen för den här studien innefattar de som är medlemmar i en privat bildningstjänst, de som är medlemmar i en kommersiell bilpool och de som inte är medlemmar i någon bildningstjänst överhuvudtaget. Det har främst varit av intresse att nå ut till individer som är medlemmar i en privat bildningstjänst, men för att ha möjlighet att jämföra och analysera svaren och för möjligheten att erhålla en större datamängd har det varit viktigt att de som inte är medlemmar i någon bildningstjänst och de som är medlemmar i en kommersiell sådan också utgjort en del av målgruppen. Dessa svar anses betydande för att kunna analysera den generella inställningen till att dela ägodelar och intresset av privata bildningstjänster i allmänhet.

### 4.2.2 Pilotundersökning

För att prova frågeformuleringarna i enkäten genomfördes en pilotundersökning på ett mindre urval av personer, mer exakt 15 stycken testrespondenter. Urvalet bestod av personer med varierad kunskap om bildningstjänster och trafikområdet för att möjliggöra en så bred typ av respons som möjligt. En pilotundersökning är ett betydelsefullt verktyg där oklarheter och möjliga missförstånd kan klaras upp innan den egentliga undersökningen ska genomföras (Ejlertsson, 1996). När pilotstudien var genomförd korrigerades och tydliggjordes frågorna innan den slutgiltiga versionen av enkäten publicerades online.

### 4.2.3 Spridning av enkäten

Enkäten skapades med hjälp av formulärmallen Google Forms och skickades ut online. Ett följebrev medföljde enkäten där författarna presenterade sig själva, syftet med studien och varför respondenternas svar är viktiga för studien. Enkäten var öppen för svar mellan 26 februari och 15 mars 2020. Spridningen av enkäten gjordes på LinkedIn och Facebook. På LinkedIn publicerades enkäten av författarna och den delades av Trivector Traffic. På Facebook publicerades enkäten av författarna.

På Facebook publicerades enkäten dessutom på sidor och i grupper som ansågs relevanta för studien. Eftersom enkäten handlar om privat bildelning var det önskvärt att nå så många användare av privata bildelningstjänster som möjligt. För att nå dessa publicerades enkäten i grupper och på sidor som antas rikta sig till personer som är potentiella bildelningsanvändare. Då dessa grupper och sidor ofta kan kopplas till hållbarhet eller trafik bör det tas i beaktning att svaren från enkäten mycket väl kan komma från personer som har ett intresse för just hållbarhet och trafik. Resultatet av det kan därmed antas inte helt motsvara hela befolkningen och ha en överrepresentation av respondenter som anser att det är viktigt med hållbarhet. Enkäten delades på följande sidor och grupper på Facebook: Gröna bilister, Hållbar infrastruktur, Globala målen för hållbar utveckling, Hållbar utveckling, Hållbarhetsgruppen och Allt om bilar.

För att nå ännu fler privata bildelningsanvändare har enkäten även spridits till anställda på Trivector, också det en målgrupp som starkt kan kopplas till att ha ett intresse för hållbarhet och trafik. Enkäten mailades även ut till Sambil och GoMore där personer i ledningen besvarade den.

I och med detta val av spridning finns det en risk för externt bortfall, det vill säga att personer väljer att inte delta i studien trots att de har sett att enkäten publicerats (Ejlertsson, 1996).

Ytterligare en brist med den här typen av spridning av enkäten är att urvalet inte blir helt slumpmässigt. Urvalet består därmed av de som kommit i kontakt med enkäten via författarna eller genom grupper och sidor på Facebook, så kallat bekvämlighetsurval (Bryman, 2018).

#### **4.2.4 Enkätens utformning**

Som bas har bakgrundsfrågor om respondenten och dess hushåll ställts. Detta för att möjliggöra analys av respondenterna och därmed kunna dra slutsatser utifrån exempelvis ålder, inkomst, sysselsättning, bosättning, bilnehav och kollektivtrafikanvändning. Utöver bakgrundsfrågorna ställdes även frågor om vilka faktorer som prioriteras högst vid val av resor. Till de som svarat att de är medlemmar i en privat bildelningstjänst ställdes frågor om deras användande, vad de tycker om tjänsten och slutligen om användandet av andra färdmedel ökat eller minskat. Till de som svarat att de är medlemmar i en kommersiell bilpool ställdes frågor om varför de valt att gå med. Till de som svarat att de inte är medlemmar i någon bildelningstjänst ställdes frågor om deras potentiella medlemskap i framtiden och hur de ställer sig till konceptet.

Enkätens utformning gällande frågorna om beteende har utformats efter Icek Ajzens modell Theory of planned behavior (TPB) (Ajzen, 2006). Enkäten ger underlag för att undersöka hur användandet av privat bildelning ser ut och för att undersöka vilken av de tre komponenterna i TPB ("attityd till beteendet", "subjektiv norm" och "upplevd beteendekontroll")

som är mest påverkande för beteendet att använda en privat bildelningstjänst. Genom svaren går det att analysera hur ett beteende uppstår och vad som kan krävas för att kunna förändra det. Vid enkätundersökningar då TPB tillämpas ska frågor utformas så specifikt som möjligt för att ge störst korrelation mellan det förväntade och det faktiska beteendet (Vaughan & Hogg, 2008).

I enkäten ställdes inga frågor utifrån komponenten ”faktisk beteendekontroll”. Detta då denna komponent innebär påverkan från yttre krafter eller från oförutsägbara händelser och beror därmed inte av individens beteende (Ajzen, 1991). ”Faktisk beteendekontroll” påverkar det slutgiltiga beteendet direkt, se Figur 4.

Beroende på om respondenten har medlemskap i en privat bildelningstjänst, kommersiell bilpool eller inget medlemskap ges olika formuleringar av vissa av de frågor som står till grund för TPB. Frågorna handlar om inställning till att använda privat bildelning och behöver därför formuleras annorlunda för de som är användare respektive för de som inte är det.

I enkäten används begreppet ”privat bilpool” istället för privat bildelning för att undvika missförstånd hos respondenterna. Begreppet privat bilpool är mer välbekant och används därav för att underlätta förståelsen av frågorna i enkäten.

Nedan presenteras påståendena som står till grund för TPB utifrån typ av medlemskap samt komponent i TPB. Svaren på frågorna ges på en 5-gradig skala mellan ”håller inte alls med” och ”håller helt med”, där alternativet i mitten motsvarar ”neutral”.

## **Medlem i privat bilpool**

### *Attityd till beteendet*

- Jag anser att privata bilpooler är en användbar tjänst inom transportsektorn
- Jag tycker att användningen av en privat bilpoolstjänst passar min livsstil och mina vanor
- Jag anser att privata bilpooler underlättar mina vardagliga ärenden

### *Subjektiv norm*

- Jag blev medlem i en privat bilpool eftersom människor i min närhet rekommenderade det
- Jag använder privat bilpool eftersom människor i min närhet använder tjänsten

### *Upplevd beteendekontroll*

- Jag anser att det är enkelt att använda tjänsten privat bilpool
- Jag anser att jag har de kunskaper som krävs för att använda privat bilpool

### *Intention*

- Jag kommer att fortsätta använda tjänsten privat bilpool i framtiden

### **Medlem i kommersiell bilpool/Ej medlem i bilpool**

#### *Attityd till beteendet*

- Jag anser att privata bilpooler är en användbar tjänst inom transportsektorn
- Jag tror att användningen av en privat bilpoolstjänst skulle passa min livsstil och mina vanor
- Jag anser att privata bilpooler skulle kunna underlätta mina vardagliga ärenden

#### *Subjektiv norm*

- Jag tror att jag skulle använda privat bilpool om människor i min närhet rekommenderar det
- Jag skulle vara mer benägen att använda privat bilpool om människor i min närhet använder tjänsten

#### *Upplevd beteendekontroll*

- Jag anser att det verkar enkelt att använda tjänsten privat bilpool
- Jag tror att jag har de kunskaper som krävs för att använda privat bilpool
- Det finns inga egentliga hinder för mig att använda privat bilpool

### *Intention*

- Jag kommer att försöka använda tjänsten privat bilpool i min vardag inom en snar framtid

### **Alla respondenter**

Vidare utformades fyra frågor med temat ”attityd till att dela”. Detta är en tillagd komponent till modellen TPB och ska användas för att undersöka påverkan på komponenten ”attityd till beteendet”. Följande frågor ställdes till respondenter både med och utan medlemskap i bildelningstjänster. Även svaren på de här frågorna ska ges på den 5-gradig ”håller med”-skalan.

### *Attityd till att dela*

- Jag är en person som vill äga bilen jag använder?
- Jag är en person som använder delningstjänster? (t.ex. Airbnb, elscooter, cykelpool)
- Jag är en person som gärna vill dela med mig av det jag äger till närstående (t.ex. låter grannen använda min bil, mina verktyg eller fritidsbostad)
- Jag är en person som gärna vill dela med mig av det jag äger till människor jag ej känner (t.ex. hyra ut båten eller fritidsbostad)

Enkäten hittas i Appendix B.

## **4.3 Analysverktyg**

Den statistiska analysen av svaren från enkäten genomförs i SPSS, ett program som behandlar och genomför statistiska dataanalyser. Nedan följer beskrivningar av de mått och verktyg som används.

### **4.3.1 Intern reliabilitet och medelkorrelation**

När data är insamlad och innan analyser ska genomföras är det viktigt att undersöka reliabiliteten hos frågorna utformade utifrån varje komponent i TPB. Reliabiliteten undersöker tillförlitligheten i en studie, det vill säga hur väl studien mäter det som ska mätas (NE, 2020b). I denna studie beräknas värdet på den interna reliabiliteten med hjälp av Cronbach's alpha. Högt värde på denna koefficient indikerar en bättre överensstämmelse mellan frågorna. Cronbach's alpha kan anta ett värde mellan 0 och 1 där ett värde över 0,7 anses som god intern reliabilitet (FSSE, 2020).

I det här examensarbetet utformades två till tre frågor utifrån varje komponent i TPB, vilka kan ses i avsnitt 4.2.4, Enkätens utformning. Cronbach's alpha-koefficienten är något känslig för antal frågor reliabiliteten beräknas på och att det endast var två till tre frågor utifrån varje komponent kan därmed ha påverkat resultatet till att bli lägre än det borde. Att antalet frågor är så pass få kan innebära att värdet på koefficienten blir lägre än 0,7 trots god reliabilitet (Briggs & Cheek, 1985). Därav ska medelkorrelationen beräknas för de frågor som erhåller ett Cronbach's alpha-värde lägre än 0,7. Reliabiliteten kan antas vara god om medelkorrelationen hamnar mellan 0,15 och 0,5 (Clark & Watson, 1995).

Om den interna reliabiliteten anses god och att det därmed finns god överensstämmelse mellan frågorna, ska ett sammanvägt index av frågorna utifrån varje komponent samt attityd till att dela-frågorna skapas. Dessa index används därefter vid korrelationsanalys och regressionsanalys.

### 4.3.2 Index

Ett antal index skapas för användning i analyser. Dessa är index utifrån varje medlemskapsgrupp, komponent från TPB samt frågorna utformade enligt den tillagda komponenten ”attityd till att dela”. Dessa index antar ett värde mellan 0 och 1 och erhålls genom att addera värdet på varje fråga, subtrahera med lägsta totala värdet och dividera med det totala högsta värdet. Då skalan går mellan 1 och 5 där 1 är ”Håller inte alls med” och 5 ”Håller helt med” innebär detta att om indexet ska innehålla två frågor går dess sammanlagda värde från 2 till 10. Exempelvis, indexet för frågorna till medlemmar i kommersiell bilpool utformade enligt ”Subjektiv norm”, som innehåller två frågor, skapas enligt följande:

$$((\text{Fråga1} + \text{Fråga2}) - 2) / (10 - 2) \rightarrow$$

Ger ett värde mellan 0 och 1 beroende på respondenternas sammanvägda svar på frågorna.

### 4.3.3 Signifikanstest

Vid analyserna kommer resultatens möjliga signifikans presenteras, trots att urvalet för respondenterna i studien inte är slumpmässigt. Signifikans innebär att resultatet erhåller ett signifikant samband och kan antas vara statistiskt säkerställt (NE, 2020c). Med andra ord visar det om resultatet kan generaliseras till en totalpopulation och inte endast beror på slumpen. De signifikansnivåer som kommer att användas är  $p < 0,1$ ,  $p < 0,05$  och  $p < 0,01$  där exempelvis  $p < 0,01$  innebär att resultatet är 99% statistiskt säkerställt. Det är därmed 1% risk att resultatet påvisar ett samband trots att ett sådant inte existerar i verkligheten (Bryman & Bell, 2017).

### 4.3.4 Korrelationsanalys

Ett antal korrelationsanalyser kommer genomföras för att undersöka sambanden mellan varje komponent och intention utifrån medlemskap. Dessutom ska sambandet mellan ”attityd till beteendet” och den tillagda komponenten ”attityd till att dela” undersökas.

Vid en korrelationsanalys tas Pearsons korrelationskoefficient ”r” fram. Denna koefficient kan anta ett värde mellan -1 och 1 och påvisar om det finns ett linjärt samband, en korrelation, mellan komponenterna i TPB och intentionen. Pearsons korrelationskoefficient används även för att kontrollera om det finns ett linjärt samband mellan ”attityd till beteendet” och ”attityd till att dela” (Bryman & Bell, 2017).

Tabell 1 presenterar hur de beräknade ”r”-koefficienterna kommer att värderas och namnges. Viktigt att poängtera är att många forskare namnger deras resultat av korrelationsanalysen

utifrån vad som passar deras studie eller undersökning bäst. Namngivningen och värderingen i denna studie utgår ifrån C.P Dancey & J. Reidys namngivning (Akoglu, 2018).

Tabell 1 Korrelationsstyrka, korrelationskoefficienterna anges i absolutbelopp (Akoglu, 2018)

Korrelationskoefficient	Korrelationsstyrka
$1 \geq r > 0,9$	Perfekt korrelation
$0,9 \geq r > 0,6$	Stark korrelation
$0,6 \geq r > 0,3$	Måttlig korrelation
$0,3 \geq r > 0$	Svag korrelation
$0 = r$	Ingen korrelation

#### 4.3.5 Regressionsanalys

Vidare genomförs ett antal linjära regressionsanalyser. De första kommer att vara multipla linjära regressionsanalyser som undersöker hur mycket komponenterna i TPB påverkar variationen i intentionen. Dessa är multipla linjära regressionsanalyser då de innehåller fler än en oberoende variabel (de tre komponenterna i TPB) som testas mot en beroende variabel (intentionen) (Malhotra, 2010). Den sista regressionsanalysen, en enkel linjär regressionsanalys, ska undersöka hur mycket ”attityd till att dela” påverkar komponenten ”attityd till beteendet” och innehåller därmed bara en oberoende variabel, ”attityd till att dela”.

En regressionsanalys innebär att undersöka hur en beroende variabel påverkas av variationen i en oberoende variabel, det vill säga hur den beroende variabeln kan förklaras av den oberoende (Malhotra, 2010). I och med att den första regressionsanalysen är multipel är det viktigt att undersöka så att multikollinearitet inte existerar mellan de oberoende variablerna. Multikollinearitet innebär att de oberoende variablerna korrelerar i för hög grad med varandra. Undersökningen genomförs därmed genom att undersöka hur mycket de oberoende variablerna korrelerar med varandra. Korrelation lägre än 0,95 antas vara godkänt och regressionsanalys får genomföras (Zainodin & Yap, 2013).

I en regressionsanalys erhålls ett antal koefficienter med olika betydelser (Malhotra, 2010). Den första koefficienten som är av intresse att analysera i detta examensarbete är den så kallade multipla determinationskoefficienten,  $R^2$ . Detta är ett mått på hur mycket den oberoende variabeln kan förklara den beroende och kan tolkas i procent. Det är även av intresse att analysera B-koefficienten, en riktningkoefficient som visar förväntad förändring av den



beroende variabeln om den oberoende variabeln förändras. Beta-värdet är också av intresse att undersöka och beskriver styrkan mellan den beroende variabeln och den oberoende. T-värdet kommer även att undersökas vilket anger om B-koefficienten är signifikant. Vid signifikans på  $p < 0,05$  bör T-värdet hamna utanför intervallet  $-1,96$  och  $1,96$  (Sundell, 2010).



## 5. Resultat och analys – Kvalitativ studie

I detta kapitel kommer resultatet från den kvalitativa studien att presenteras. Den kvalitativa studien innebar att två intervjuer genomfördes och ett referat av det som sades presenteras nedan. Intervjupersonerna är Klara Bergkvist (2020) från GoMore och Fredrik Karlberg (2020) från SnappCar.

### 5.1 Uppstart och utbredning

Fredrik Karlberg, Sverigechef för SnappCar, berättar att SnappCar grundades 2012 och gick då under namnet Flexidrive, vilket är det namn de fortfarande är registrerade under idag. Karlberg säger att ”P2P-bilmodellen startades runt 2012/2013 i alla västländer efter att Airbnb kom som en raket två år innan.” Han beskriver att det var då som intresset för andra typer av delningstjänster också uppstod. Tre år efter att SnappCar grundades, 2015, öppnades det danska privata bildelningsföretaget GoMore upp i Sverige berättar Klara Bergkvist, Market manager på GoMore. Båda företagen har sedan dess växt på den svenska marknaden för privata bildelningstjänster. I slutet av 2015 hade SnappCar 15 000 användare i Sverige (Billing, 2017). Karlberg säger att de på SnappCar inte kan dela med sig av sin användarbas men det kan antas att antalet användare har växt mycket sedan 2015. GoMore har idag nästan 100 000 registrerade användare och över 2 500 registrerade bilar för uthyrning i Sverige (Bergkvist, 2020). Bergkvist menar på att en del av dessa medlemmar inte är aktiva idag då vissa var mer intresserade av den idag nedlagda samåkningsdelen. Bergkvist säger att ”Det är alltid svårt, när man pratar om delningsekonomi, att prata om användare.” Hon menar att det i nuläget antagligen inte är alla dessa medlemmar som är aktiva på plattformen utan att en del kan ha varit frekventa användare tidigare och i nuläget inte längre använder tjänsten.

Bergkvist berättar att när GoMore först startades i Danmark var det en samåkningstjänst. Det fanns ett behov av att kunna resa enklare och billigare och det problemet löstes därmed genom att åka tillsammans. Idag är GoMores huvudfokus istället uthyrning och hyrning mellan privatpersoner, Bergkvist menar på att detta ger ökad nytta av de redan producerade bilarna samtidigt som individer förs närmre varandra. Bergkvist berättar att “Vår vision och det vi alltid har jobbat för är väl att vi ska få fler att dela och i vårt fall är det att dela bilar.”

## 5.2 Målgrupp

Privata bildelningstjänster riktar sig till en bred målgrupp. Både Karlberg och Bergkvist berättar att målgrupperna skiljer sig åt mellan hyrtagarsidan och uthyrningssidan. Karlberg berättar att det generellt sett varit enklare att hitta de som vill hyra än de som vill hyra ut sin bil.

Enligt Bergkvist beror skillnaden i efterfrågan på faktorer som ålder och demografiska möjligheter. Till exempel finns det en yngre målgrupp som är i behov av att hyra bil då de ännu inte köpt en egen, samtidigt som det finns en äldre målgrupp (äldre än 40 år) som inte har ett lika stort behov av bil längre och kan därmed hyra ut den. Karlberg förklarar att personer på hyrtagarsidan ofta kan se bilen som ett ”nödvändigt ont”. Dessa personer behöver ibland transportera sig någonstans med bil, men för att slippa äga bilen och inte bidra till nyproduktion av bilar kan alternativet att hyra en bil via en privat bildelningstjänst väljas.

Bergkvist berättar att hon upplever att tröskeln är lägre att börja använda sig av GoMores tjänst bland de som redan använder andra delningsekonomiska tjänster, men att det inte är ett måste. Karlberg berättar att undersökningar visar att intresset för att använda privat bildelning är större än det verkliga användandet.

## 5.3 Användning

Karlberg berättar att användningen av privat bildelning oftast sker under perioder mellan 1–3 dagar. Vid längre tidsperioder har ofta traditionella biluthyrningsfirmor bättre erbjudande menar Karlberg. Vid kortare tidsperioder än ett dygn väljs ofta taxi eller länstrafik. Där handlar det om att betala per timme och resor inom en stad. Karlberg beskriver vidare att de flesta av SnappCars resor går från närförort till 2–5 timmar utanför staden, exempelvis för att hälsa på släkten eller uträtta ärenden. Karlberg poängterar att det är i detta segment som SnappCar vill ligga i och med deras mål att få ut bilen från staden.

Vid en jämförelse mellan användandet av privat bildelning i stad i förhållande till landsbygd beskriver Karlberg att den stora skillnaden oftast beror på att det redan finns etablerad informell bildelning på landsbygden. Dessa utnyttjar endast mjukvaran, det vill säga den digitala plattformen till försäkring och enklare bokning. Karlberg berättar att det är svårt för verksamheten att starta upp i städer med färre än 100 000 invånare. I dessa fall krävs det oftast att det redan finns ett intresse och en etablerad vana av att dela bilar mellan privatpersoner och att dessa personer därmed tar med sig sin efterfrågan. Bergkvist berättar att den största skillnaden mellan användningen av privat bildelning på landsbygd jämfört med i stad är att det på landsbygden oftast är samma personer som återkommer och hyr en bil. Bergkvist beskriver att ”Vi har några mindre städer, eller mindre områden där vi har en eller två bilägare som hyr ut sin bil jätteofta till samma personer. Medan i storstäder är det ju mer att det

är olika personer som hyr din bil hela tiden, för att det finns ett större urval av bilar och möjligheter.”

Bergkvist beskriver att användare gärna återvänder till samma bil eftersom de då vet att den fungerar bra. Enligt Karlberg etableras en kundkrets på 4–5 personer för en bil efter ungefär 10 uthyrningar. Bergkvist förklarar att bilar i större städer tenderar att bli uppbokade snabbare oftare vilket innebär att det då kan vara svårare att återkomma till samma bil. Däremot kanske det inte alltid är önskvärt att återkomma till samma bil, då behovet av bil kan se annorlunda ut och variera mellan olika tillfällen, Bergkvist säger ”Vi ser att vissa hyr en bil för att de ska åka till fjällen, vissa hyr bil för att de ska storhandla, vissa hyr en bil för att de ska flytta och vissa hyr en bil för att de ska köra en finare bil en helg på någon weekendtur.”

Det som användarna av privata bildelningstjänster lyfter fram som det mest positiva med konceptet är enligt Karlberg inte själva tjänsten, utan känslan av att vara med och bidra. Det spelar ingen större roll om bilen är hyrd genom en uthyrningsfirma eller genom en privat bildelningstjänst, dess funktion är den samma. Karlberg beskriver att ”Hos oss så är det ju mer att folk är nöjda med att de utnyttjar antingen sin egen bil bättre eller andras bilar bättre och det gör man ju då gemensamt med en annan person och det är någon form av känsla som är svårt att sätta fingret på.” På så sätt kan användarna känna att de bidragit till att lösa problemet med nyproduktion av bilar och antalet stillastående bilar. Bergkvist berättar att det för många användare är känslan av att hjälpa medmänniskor och skapa nya kontakter som är det mest positiva, vilket hon beskriver som det delningsekonomiska fenomenet. Vidare handlar det om att kunna lita på folk runt omkring en vilket ger ett stort värde för användarna.

Utöver ovan nämnda faktorer redogör Bergkvist för att det främst är tillgängligheten och enkelheten i att boka som anses som det mest positiva med tjänsten.

## 5.4 Nyckelfri funktion

Både SnappCar och GoMore erbjuder idag uthyrning utan fysisk nyckelöverlämning. Detta innebär att en hårdvara installeras i bilen vilket medför att bilen kan låsas upp med hjälp av en kod i mobilen (GoMore, 2020; SnappCar, 2020). Detta är enligt Bergkvist en väldigt populär funktion och medför att bilen blir uthyrd i snitt fem gånger mer än en bil utan funktionen. Däremot påpekar Karlberg att det är dyrt och omständligt för företaget att installera på grund av den stora variationen på de registrerade bilarna. Detta innebär alltså att funktionen inte kan installeras på alla typer av bilar. Bergkvist förklarar att det finns restriktioner från företagen som installerar funktionen, så som körsträcka och bilmodell för vilka bilar som kan få funktionen installerad. Bergkvist berättar att GoMores förhoppning är att var sjätte bil skall ha den nyckelfria funktionen i framtiden och enligt Karlberg på SnappCar kopplas cirka var tionde av deras registrerade bilar upp till funktionen.

Anledningen till att bilar med en nyckelfri funktion är så populära menar Karlberg kan bero på den förenklade nyckelöverlämning som inte behöver ske fysiskt. Hyrestagaren får alltid sin bokning godkänd och den som hyr ut bilen behöver inte lägga tid på att ordna träff med hyrestagare. Karlberg förklarar också att som hyrestagare blir det ännu enklare att komma tillbaka till samma bil med en nyckelfri funktion i och med att bilens tillgänglighet har ökat. När det kommer till hur många delade bilar som behövs i varje område menar Karlberg att det i framtiden kommer att se annorlunda ut då fler bilar kommer att vara nyckelfria. Det kommer då att räcka med 2–3 bilar per stadsdel för att kunna möta efterfrågan. Karlberg poängterar också att trots att en uthyrning sker utan en fysisk nyckelöverlämning så skapas ett visst värde, han säger ”Man kan se det även i den nyckellösa transaktioner, där träffas inte folk men det finns ändå någon form av social feedback och någon form av känsla som folk har att de har någon form av relation och de har löst ett problem tillsammans.”

Med denna nyckelfria funktion uppstår det nya problemet att resorna tenderar att bli kortare, Karlberg säger ”Nu när vi har fler nyckellösa bilar då ser vi att resorna blir kortare vilket är lite ironiskt med vår tanke, anledningen till att SnappCar finns är ju att ta bilarna ut ur staden och nyttja bilarna bättre men nu när man förbättrat tekniken så en konsekvens av det är att man ser kortare och mer onödiga bilresor dessvärre.”

## 5.5 Marknadsföring

Både Karlberg och Bergkvist berättar att det inte sker så mycket marknadsföring av deras tjänster då dessa främst växer organiskt, det vill säga att medlemmarna rekommenderar tjänsten vidare. Bergkvist berättar att utöver den organiska tillväxten, som är den viktigaste delen, marknadsför de sig genom en rad kanaler så som tv, podcasts och samarbeten med influencers. Karlberg förklarar att det för dem inte alltid är önskvärt med en ständigt växande verksamhet, han säger att ”Väldigt stora bolag som kan vara tillgängligt för alla [...] kan göra tv-reklam eller i dagstidning, men det kan inte vi.” Han fortsätter ”Det är säkert bra att stärka varumärket men vi måste balansera tillgång och efterfrågan så vårt arbete att balansera är att växa relativt långsamt.”

Karlberg nämner att även om målgruppen är bred är det viktigt att ställa sig frågan vilka som faktiskt använder sig av tjänsten. Ibland är det inte alltid målgruppen som faktiskt använder sig av tjänsten som marknadsföringen har vänt sig till.

## 5.6 Jämförelse med andra länder

Karlberg berättar att vid en jämförelse mellan privat bildelning i Sverige och i andra länder så bygger inte skillnaderna på att företagen där är duktigare eller bättre på att marknadsföra sig. Skillnaden beror främst på traditioner av transport och bilägandet i landet. I länder som

Sverige, Tyskland och England, som har en egen bilproduktion, är det ofta en lägre bilägningskostnad. Genom att bilar i dessa länder har subventionerats i många år har det lett till en förhållandevis större bilpark. Vidare berättar Karlberg också att många företag i Sverige leasar bilar till anställda och trots att den anställde inte egentligen har behov av en bil fås en då genom arbetet. Karlberg säger även att varje gång det sker en förändring som gör det dyrare att äga en bil så ser de att användandet av privat bildelning ökar, han berättar ”Det man kan se i denna modellen är att så fort det ändras en liten sak, allt ifrån lyxskatt på bensin till trängselavgifter, till avgift på dieselmotorer då ökar P2P-delningen. P2P-grafen går upp direkt så det är den absoluta anledningen.”

Karlberg förklarar att Sveriges bildelningsmarknad länge har varit dominerad av företag som ägs av biltillverkningsbranschen. Karlberg menar då att intresset har varit att visa upp bilar snarare än att bidra till fungerande bildelning. Dessa företag vilar på en modell som fortfarande säljer bilar och finns kvar på många ställen där det finns bildelningsaktörer som är ägda av bilbranschen. Han förklarar därmed att det finns ett naturligt motstånd i innovationen att förändra modellen.

## 5.7 Framtiden

Bergkvist berättar att GoMore ser ljus på framtiden för de privata bildelningsföretagen. Bergkvist berättar att ”Vi har väldigt höga tillväxttankar framöver för GoMore. Vi finns i dagsläget i fyra eller fem länder, och vi ser Sverige som en av våra största tillväxtmarknader efter Danmark och Spanien.” Bergkvist berättar också att de på GoMore sett ett växande intresse för delningstjänster bara de senaste nio månaderna då miljömedvetenhet och medvetande om resurser ökat. Detta har också lett till en ökad kunskap om konceptet privat bildelning och Bergkvist säger att hon tror att detta kommer att fortsätta framöver. Bergkvist beskriver även deras största utmaning just nu ”Det är ju ett så pass nytt koncept och nytt sätt att resa så att det vi ser är en stor, eller vår största utmaning det är att vi ska förändra ett resebeteende.”

Karlberg ser på framtiden på ett annat sätt, han menar på att det finns för många aktörer på marknaden idag och att aktörerna förmodligen kommer att bli uppköpta av varandra på ett eller annat sätt. Karlberg berättar att många bilföretag startar upp egen bildelningsverksamhet och att det då finns en risk att många bildelningsföretag köps upp av biltillverkare. På så sätt kommer biltillverkarna att kunna kontrollera marknaden vilket de på SnappCar inte ser som något hållbart. Karlberg säger att ”P2P, som jag är rädd för kommer hända är ju egentligen att det kommer slukas upp av bilbranschen, på gott och ont, för att det där pengarna finns.” Karlberg berättar också att det i både Stockholm och Göteborg finns för många bilar och att personer i dessa städer kan klara sig utan bil.





## 6. Resultat och analys – Kvantitativ studie

I detta kapitel kommer statistik insamlad från den kvantitativa studien att presenteras och analyseras. Inledningsvis ges en övergripande presentation av respondenterna med hänsyn till demografiska faktorer följt av en analys över respondenternas prioritering vid resa. Därefter ges en mer ingående analys av respondenternas inställning till privat bildelning utifrån medlemskap. Vidare genomförs korrelations- och regressionsanalyser vars syfte är att undersöka intentionen att använda privat bildelning och vilka komponenter i modellen Theory of planned behavior som påverkar mest. Dessa analyser genomförs med hänsyn till medlemskap. Signifikanserna presenteras trots att det inte går att generalisera svaren till en totalpopulation i och med det bekvämlighetsurval som gjordes.

### 6.1 Deskriptiv statistik

Bakgrundsfrågorna och resterande frågor som inte inkluderas i TPB analyseras med hjälp av Excel. Samband inom grupper eftersöks, användandet av privat bildelning och inställning till resor analyseras där möjlig signifikans tas fram. Resultatet presenteras nedan.

#### 6.1.1 Demografisk fördelning

Totalt svarade 326 stycken respondenter på enkäten vilka alla gav fullständiga svar och kan därmed användas i analyserna.

Då enkäten spridits utifrån författarna och deras kontakter har det resulterat i en målgrupp som till förhållandevis stor del består av personer i åldrarna 21–30 år. I analysen kommer gruppen  $\leq 20$  läggas ihop med gruppen 21–30 och benämns som  $\leq 30$ . Detta då det endast var två stycken respondenter i gruppen  $\leq 20$ . En person har angett kön: annat/vill inte ange. I analyserna som genomförs med hänsyn till kön kommer denna person inte att tas med i beräkningen då den utgör en mycket liten andel i förhållande till totala antalet respondenter. Doktorand är en egen kategori i analyserna då respondenterna tillhörande denna grupp själva valt att benämna sin sysselsättning som detta. I Tabell 2 presenteras en sammanställning över den demografiska fördelningen hos respondenterna, med hänsyn till medlemskap i bildelningstjänst. Siffrorna är presenterade utifrån totala antalet respondenter och avrundade till närmaste heltal.

## Privat bildelning – Faktorer som påverkar användandet

Tabell 2 Demografisk fördelning över respondenterna

Kategori	Kategoriindelning	Privat	Kommersiell	Ej medlem	Alla
<b>Antal</b>		5% (18)	19% (61)	76% (247)	100%
	Man	2%	9%	36%	47%
	Kvinna	3%	10%	40%	53%
<b>Ålder</b>	≤30	2%	7%	48%	57%
	31–50	3%	9%	16%	28%
	51–65	1%	2%	10%	13%
	>65	-	1%	2%	3%
<b>Sysselsättning</b>	Yrkesarbetar	4%	16%	37%	57%
	Studerar	1%	2%	36%	39%
	Pensionär	-	1%	2%	3%
	Sjukskriven/föräldraledig /arbetsökande	-	-	2%	2%
	Doktorand	-	-	-	-
<b>Bosättning</b>	Stad-centrum	4%	13%	52%	69%
	Förort till stad	1%	5%	12%	15%
	Mindre tätort	1%	1%	8%	10%
	Landsbygd/glesbygd	-	-	3%	3%
<b>Inkomst</b>	≤15 000	1%	-	20%	21%
	15001–30000	1%	1%	12%	14%
	30 001–50 000	1%	4%	12%	17%
	50 001–90 000	2%	10%	17%	29%
	>90 000	1%	3%	11%	15%
	Vill ej uppge	-	-	3%	3%

Den typiske användaren av en privat bildelningstjänst idag kan enligt tabell ovan sägas vara en kvinna, i yngre medelåldern, yrkesarbetande och boende i stad-centrum. Det bör tas i beaktning att skillnaderna mellan de olika grupperna inte är särskilt stora.

I Tabell 3 visas intentionen att använda en privat bildelningstjänst med uppdelning utifrån demografiska faktorer. Medelvärde för intentionen bygger på ”håller med”-skalan mellan 1 och 5, där 1 är ”håller inte alls med”, 5 är ”håller helt med” och 3 är ”neutral”. I denna tabell visas inte intentionen med hänsyn till inkomst, detta då resultatet utifrån indelning efter inkomst antas likna resultatet utifrån indelning efter sysselsättning.

Tabell 3 Medelvärde av intentionen med avseende på demografi

		Medelvärde intention
<b>Kön</b>	Man	2,05
	Kvinna	2,19
<b>Ålder</b>	≤30	2,01
	31–50	2,22
	51–65	2,28
	>65	2,50
<b>Sysselsättning</b>	Yrkesarbetar	2,19
	Studerar	1,98
	Pensionär	2,50
	Sjukskriven/föräldraledig/arbetssökande	2,33
	Doktorand	2,00
<b>Bosättning</b>	Stad-centrum	2,12
	Förort till stad	2,09
	Mindre tätort	2,06
	Landsbygd/glesbygd	2,09

Kvinnor har något högre intention än män att använda privat bildelning. Intentionen att använda sig av en privat bildelningstjänst ökar med åldern. Den sysselsättningsgrupp som har högst intention är sjukskriven/föräldraledig/arbetssökande, följt av pensionärer och yrkesarbetande. Intentionen att använda privat bildelning beroende på bosättning varierar inte speciellt mycket men de som bor i stad-centrum har något högre intention.

## 6.1.2 Respondenternas resande

I Tabell 4 presenteras respondenternas tillgång till bil och deras kollektivtrafikresande. En uppdelning mellan de som använder kollektivtrafik sällan och ofta har i det här examensarbetet gjorts med definitionen att de som reser med kollektivtrafik några gånger i månaden och mer sällan än så definieras som sällan. De som reser med kollektivtrafik minst någon gång i veckan definieras som att de reser ofta. Uppdelningen av de med tillgång till bil har gjorts mellan de med tillgång till minst en bil och inte tillgång till någon bil alls.

I denna tabell är siffrorna presenterade procentuellt utifrån totala antalet medlemmar i vardera gruppen: Medlem i privat bildelningstjänst, medlem i kommersiell bilpool och inte medlem i någon bildelningstjänst. Exempelvis, av respondenterna som är medlemmar i en privat bildelningstjänst har 44% tillgång till minst en bil.

Tabell 4 Procentuell uppdelning inom medlemskapsgrupperna

Kategori	Kategoriindelning	Privat	Kommersiell	Ej medlem
Tillgång till bil	Minst 1 bil	44%	39%	53%
	Ingen bil	56%	61%	47%
Kollektivtrafikresande	Ofta ( $\geq$ någon gång i veckan)	56%	66%	59%
	Sällan ( $\leq$ några gånger i månaden)	44%	34%	41%

Bland alla respondenter är det 163 stycken och därmed hälften, som har tillgång till minst en bil inom hushållet och likaväl är det hälften av alla respondenter som inte har tillgång till någon bil. Bilinnehavet är störst bland de som inte är medlemmar i någon bildelningstjänst, följt av de som är medlemmar i en privat bildelningstjänst och minst är det för de som är medlemmar i en kommersiell bilpool. Bland de 4 respondenter som angett att hushållet har tillgång till fler än två bilar tillhör samtliga gruppen som inte är medlem i någon bildelningstjänst. Det gick inte att påvisa en signifikant skillnad mellan bilinnehav beroende på medlemskap och resultatet i tabellen kan därmed inte statistiskt säkerställas.

De som reser mest sällan med kollektivtrafik är de som inte är med i någon bildelningstjänst, följt av de som är med i en privat bildelningstjänst och de som använder kollektivtrafik mest frekvent är medlemmar i kommersiell bilpool. Bland de 7 respondenter som angett att de aldrig reser med kollektivtrafik tillhör samtliga gruppen som inte är med i någon bildelningstjänst. Inte heller vid denna beräkning kunde någon signifikant skillnad mellan medlemskap i bildelningstjänst och kollektivtrafikresande påvisas.

### 6.1.3 Attityd till att resa

Attityden till vilket sätt respondenterna prioriterar att resa presenteras nedan, med hänsyn till medlemskap, kön, ålder och bosättning. Möjlig signifikans presenteras även i texten.

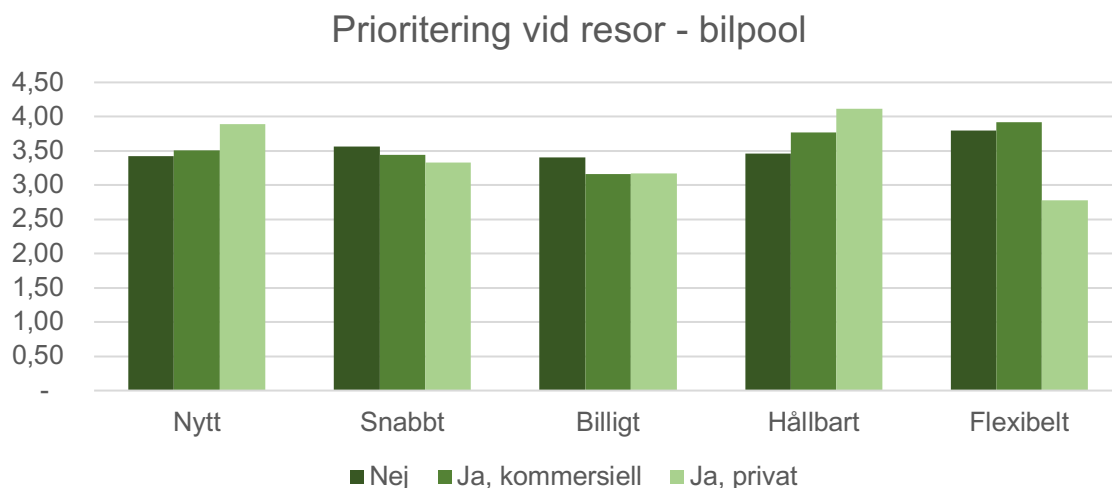
Följande aspekter vid val av transportmedel beaktas:

- Prova på nytt
- Snabbt
- Billigt
- Hållbart för samhället
- Flexibelt och oberoende

#### Prioritering vid resor med hänsyn till medlemskap

Hur respondenter med medlemskap i en privat bildelningstjänst, kommersiell bilpool och utan medlemskap i någon bildelningstjänst gör prioriteringar vid val av transportmedel visas i Figur 5. Att prova på nya färdmedel är något mer prioriterat bland användare av privat bildelningstjänst. Att prioritera ett snabbt färdmedel är något mindre viktigt för medlemmar i privat bildelningstjänst. Att prioritera ett billigt färdmedel är något mindre viktigt för medlemmar i en privat bildelningstjänst respektive kommersiell bilpool, jämfört med de som inte är med i någon bildelningstjänst.

Att prioritera ett färdmedel som är hållbart för samhället är viktigast för privata bildelningsanvändare vilket, i jämförelse med ickemedlemmarnas lägre medelvärde, är statistiskt säkerställt på nivån  $p < 0,05$ . Dessutom prioriterar ickemedlemmarna även hållbarhet signifikant mindre än medlemmar i kommersiell bilpool, på nivån  $p < 0,1$ . Att prioritera ett flexibelt färdmedel är mindre viktigt för medlemmar i privat bildelningstjänst, vilket kan statistiskt säkerställas på signifikansnivån  $p < 0,01$ , i jämförelse med ickemedlemmar och medlemmar i kommersiell bilpool.

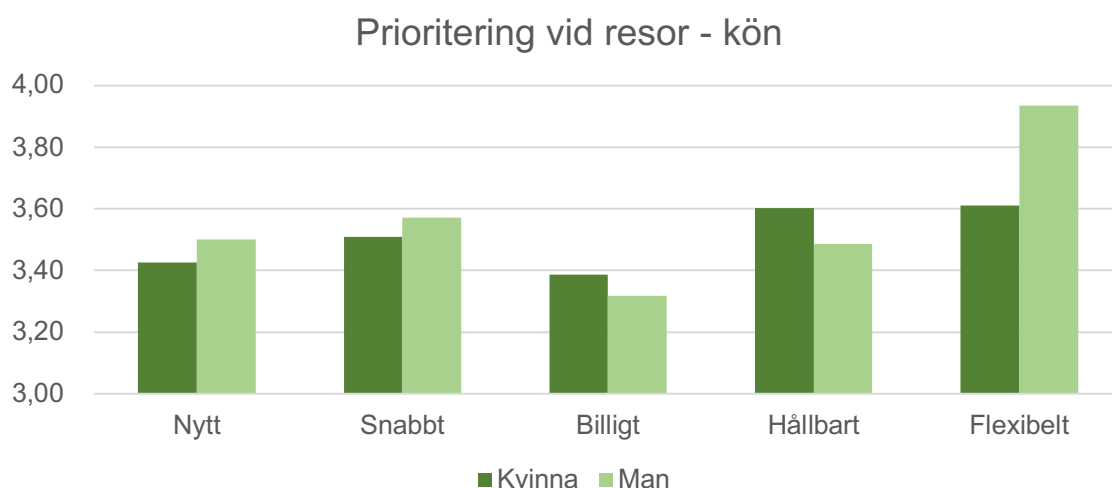


Figur 5 Inställningen till olika prioriteringar vid val av resa beroende på medlemskap i bildelningstjänst

### Prioritering vid resor med hänsyn till kön

Vid en jämförelse mellan kvinnor och mäns prioritering vid val av transportmedel fås ett resultat enligt Figur 6. För de flesta kategorier är skillnaden mellan könen marginell. Den kategori där den största olikheten finns är inom flexibilitet och oberoende, där män prioriterar friheten i att kunna transportera sig flexibelt och oberoende mer än vad kvinnor gör.

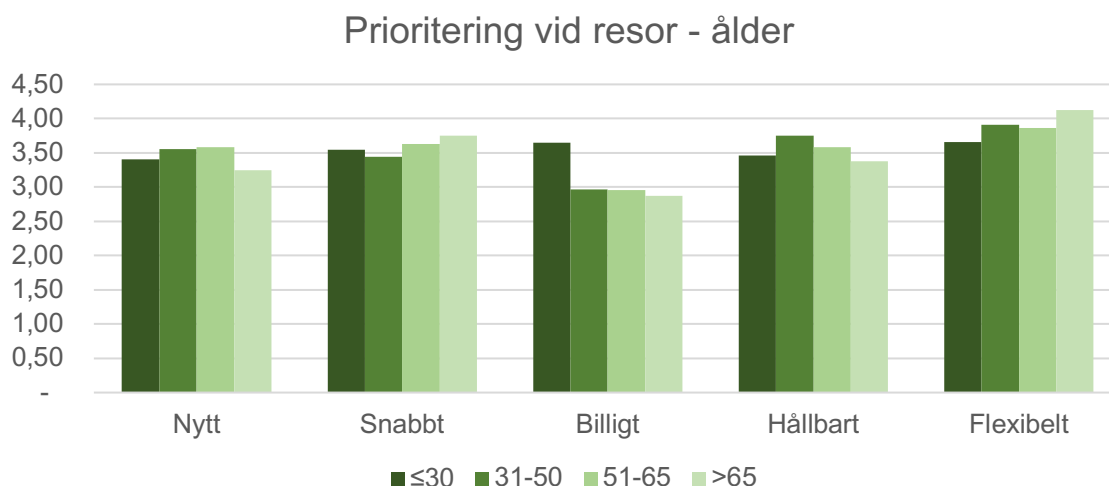
Det erhöles även en signifikant skillnad på nivån  $p < 0,01$  för denna kategori vilket därmed innebär att resultatet kan antas vara statistiskt säkerställt.



Figur 6 Inställningen till olika prioriteringar vid val av resa beroende på kön

## Prioritering vid resor med hänsyn till ålder

Vid en jämförelse mellan olika åldrars prioritering vid val av transportmedel fås ett resultat enligt Figur 7. Att prova på nya färdmedel är av störst prioritet hos 51–65 och av lägst prioritet bland de över 65 år. Att prioritera ett snabbt färdmedel ökar något med åldern. Att prioritera ett billigt färdmedel är viktigast för åldrarna  $\leq 30$  år. Vid signifikanstestet erhöles att det går att fastställa att gruppen  $\leq 30$  prioriterar att resa billigare i jämförelse med grupperna 31–50 och 51–65 på signifikansnivån  $p < 0,01$ . Att prioritera ett hållbart färdmedel är viktigast för de mellan 31–50 år. Att prioritera ett flexibelt färdmedel är viktigast för de  $> 65$  och gruppen 31–50.

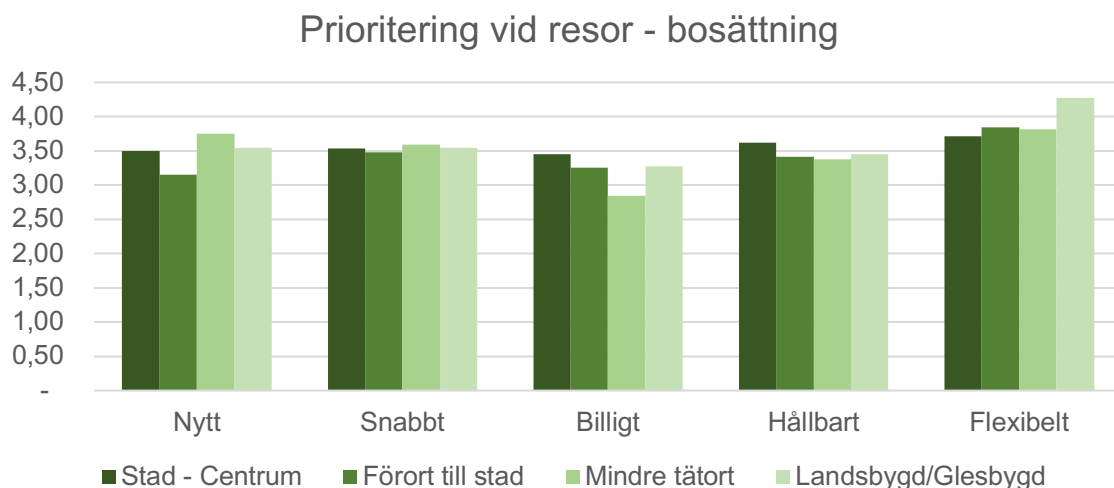


Figur 7 Inställningen till olika prioriteringar vid val av resa beroende på ålder

## Prioritering vid resor med hänsyn till bosättning

Vid en jämförelse mellan respondenter med olika bosättningsprioriteringar vid val av transportmedel fås ett resultat enligt Figur 8. När det gäller att prova nya transportsätt är de som bor i förort till stad mer negativt inställda än resterande respondentgrupper. Prioritering av billigt transportmedel kan ses vara viktigare för boende i stad – centrum jämfört med boende i mindre tätorter.

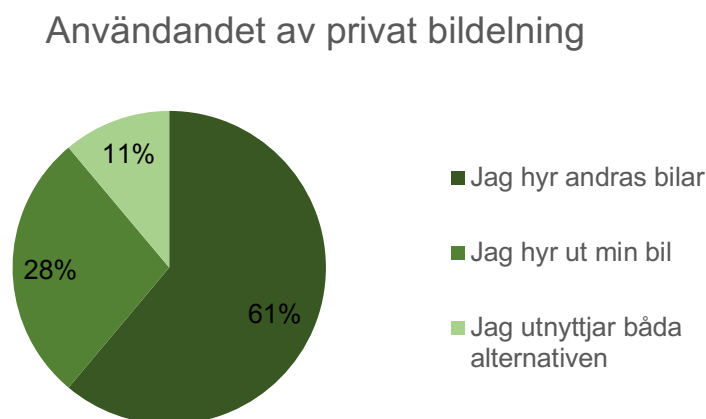
Enligt signifikanstestet påvisades att det finns en signifikant skillnad mellan boende i förort till stad och mindre tätort och deras prioritet gällande nya färdmedel, det vill säga det går att statistiskt säkerställa, på signifikansnivån  $p < 0,1$ , att boende i mindre tätort hellre testat på nya färdmedel än boende i förort till stad. Gällande prioritering av ett billigt färdmedel kunde signifikanstestet visa på att det är statistiskt säkerställt, på signifikansnivån  $p < 0,05$ , att boende i stad-centrum väljer ett billigt färdmedel i större utsträckning än boende i mindre tätort.



Figur 8 Inställningen till olika prioriteringar vid val av resa beroende på bosättning

### 6.1.4 Medlemmar i Privat bildelningstjänst

Bland de respondenter som är medlemmar i en privat bildelningstjänst fördelar sig typen av användande enligt Figur 9.



Figur 9 Uppdelningen mellan olika typer av privat bildelningsanvändande

Nedan presenteras uthyrnings- och hyrstatistik. Då antalet respondenter som är medlemmar i en privat bildelningstjänst endast är 18 stycken kommer denna statistik användas som bakgrundunderlag till hur respondenterna i denna studie använder sig av privat bildelning. Ytterligare analyser kommer däremot inte att genomföras angående uthyrnings- och hyrstatistiken.



Bland hyrestagare sker de allra flesta uthyrningar så sällan som några gånger per år. Bland de användare som hyr ut bilar sker uthyrningarna mer frekvent. Vidare visades att kortare hyrperioder (någon dag då och då) är vanligare än längre (längre tid än helg).

I vilket syfte privat bildelningsanvändande sker visade sig främst vara i semestersyfte eller vid frakt/storhandling. Vardagliga ärenden som transport till och från skola eller arbete och skjuts till barnens aktiviteter är mindre vanliga.

På frågan hur nöjda de privata bildelningsanvändarna är med tjänsten svarade de flesta att de var neutrala (3), på en skala mellan 1 "håller inte alls med" och 5 "håller helt med". Medelvärdet för svaren blev 3,39. En tredjedel av de privata bildelningsanvändarna anger att det inte finns något som de anser behöver förbättras med tjänsten. De främsta möjliga förbättringarna som medlemmarna föreslog sammanfattas i Figur 10. Frågan var ställd så att det var möjligt att välja fler än ett svarsalternativ.



Figur 10 Främsta önskade förbättringarna bland privata bildelningsanvändare

På frågan om hur användandet av andra transportmedel har förändrats i och med medlemskap i en privat bildelningstjänst har respondenterna svarat enligt Figur 11. Värdet 3 innebär att färdmedlet i fråga används lika mycket som tidigare, ett värde lägre än 3 innebär att färdmedlet i fråga används mindre än tidigare och ett värde högre än 3 innebär att färdmedlet i fråga används mer än tidigare.

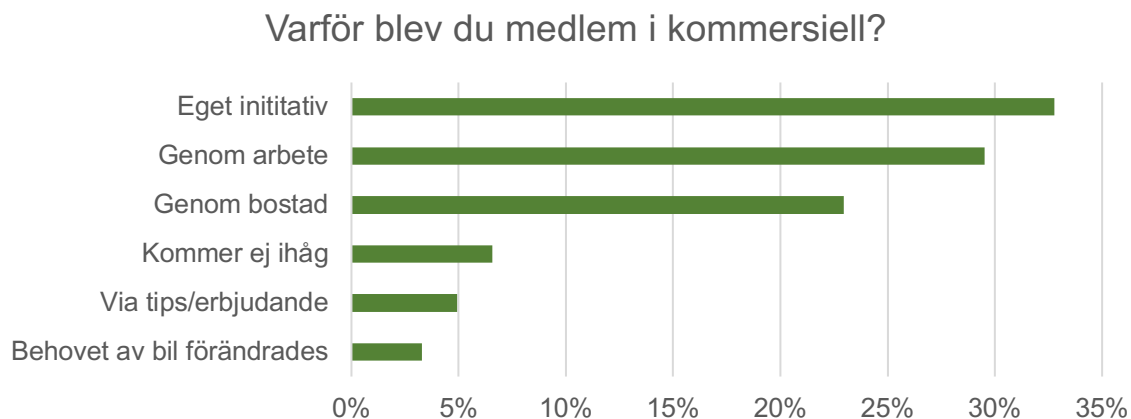


Figur 11 Förändring av användande av andra transportmedel med medlemskap i privat bildelningstjänst

Användandet av bil har minskat i och med medlemskapet i en privat bildelningstjänst och användandet av kollektivtrafik, cykel och gång har ökat något i och med medlemskapet.

### 6.1.5 Medlemmar i kommersiella bilpooler

I Figur 12 visas de främsta anledningarna till varför respondenter är medlemmar i kommersiella bilpooler. Frågan var ställd så att fler än ett svarsalternativ var möjligt.

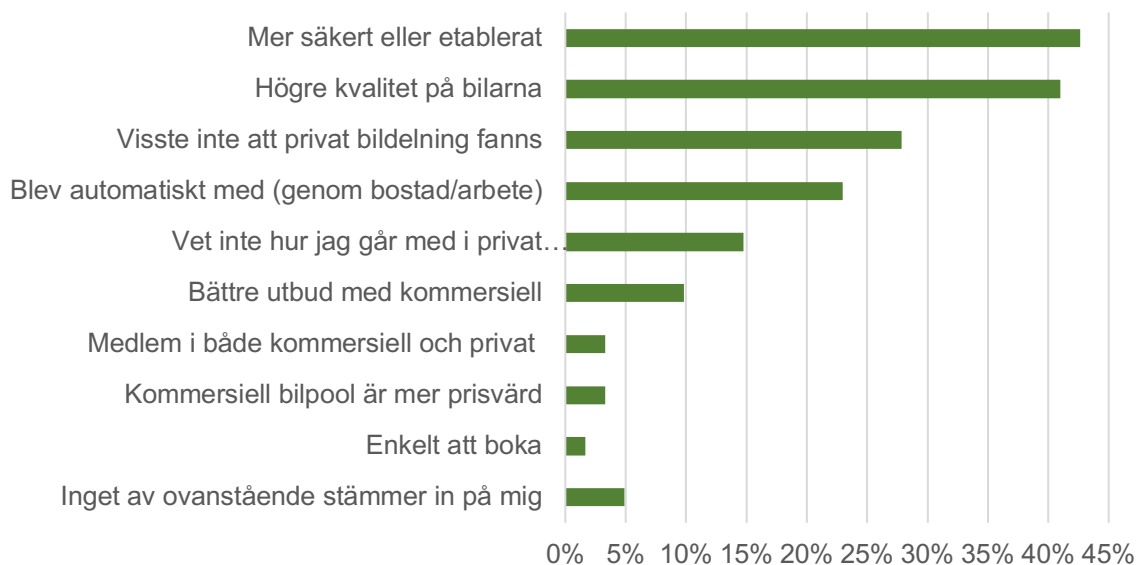


Figur 12 Anledningar till att bli medlem i kommersiell bilpool bland redan medlemmar

De flesta har svarat att de blev medlemmar genom eget initiativ, men en stor del har också blivit medlemmar genom sitt arbete alternativt genom sin bostad.

I Figur 13 visas de främsta anledningarna till att de som är med i en kommersiell bilpool har valt det medlemskapet istället för ett medlemskap i en privat bildelningstjänst. Frågan var ställd så att det var möjligt att välja fler än ett svarsalternativ.

### Varför medlem i kommersiell och ej privat?



Figur 13 Anledning till medlemskap i kommersiell bilpool och inte privat bildelningstjänst, bland redan medlemmar

Bland de mest frekventa svaren i denna fråga finns det gemensamma temat att kommersiella bilpooler är mer etablerade och medlemmarna vet vad de får ut av medlemskapet i jämförelse med privata bildelningstjänster. Ytterligare en anledning som återkommer är okunskapen om privata bildelningstjänster. Bland de som angett att de är medlemmar i kommersiell bilpool är det två stycken som också är medlemmar i en privat bildelningstjänst. Dessa respondenter har endast svarat på frågorna i enkäten ställda till medlemmar i en kommersiell bilpool.

#### 6.1.6 Icke-medlemmar

I Figur 14 visas de främsta anledningarna till att inte vara medlem i en privat bildelningstjänst bland de som inte är medlem i någon bildelningstjänst alls. Frågan var ställd så att det var möjligt att välja fler än ett svarsalternativ. Den främsta anledningen till att inte vara medlem i en privat bildelningstjänst är att respondenterna inte ser något behov av det. Bland alla respondenter är det 13 stycken som inte har körkort för personbil. I de följande två frågorna har dessa respondenter fått svara ändå och vissa har angett avsaknaden av körkort som en anledning till att de inte är med i privat bildelningstjänst respektive som hinder till att bli medlem.

### Varför inte privat bildelning?



Figur 14 Anledningar till att icke-bildelningsanvändare inte är med i en privat bildelningstjänst

Figur 15 visar de främsta faktorerna som skulle få icke-bildelningsanvändare att börja använda privat bildelning. Frågan var ställd så att det var möjligt att välja mer än ett svarsalternativ.

### Vad skulle få dig att börja använda en privat bildelning?



Figur 15 Anledningar till att börja använda privat bildelning bland icke-bildelningsanvändare

Den främsta anledningen till att börja använda privat bildelning bland respondenterna är “Om mitt behov av bilanvändning förändras i framtiden”. De som angett att avsaknaden av körkort som anledning till att de inte kan börja använda privat bildelning har lagts in under

faktorn “Om mitt behov av bilanvändning förändras i framtiden”, det var sammanlagt 3 stycken respondenter.

### **6.1.7 Övriga kommentarer**

Som avslutning på enkäten fanns en öppen fråga för egna kommentarer, nedan följer en sammanfattning av svaren.

Många respondenter skriver att de är positiva till privat bildelning och att de tror på konceptet i sig. Samtidigt finns det de som står fast vid att friheten med tillgång till en egen bil vinner och därav inte ser något behov av att vara medlem i en bildelningstjänst.

Bland alla kommentarer finns det många idéer till förbättring för privat bildelning och även förslag på faktorer som hade fått respondenten att bli medlem. Enligt många respondenter anses privata bildelningstjänster fortfarande vara rätt dyra i jämförelse med att äga en egen bil, vilket gör det mindre ekonomiskt försvarbart att byta bort den privatägda bilen mot ett medlemskap i en bildelningstjänst. En del respondenter beskriver att de upplever en osäkerhet vad som ingår i den inkluderade försäkringen hos den privata bildelningsförmedlaren i fråga. Möjlighet till att boka en bil via en privat bildelningstjänst under en period kortare än ett dygn finns inte idag och det är något som några av respondenterna beskriver att de saknar. Boende i mer glesbebyggda områden beskriver att de inte tror att varken privat bildelning eller kommersiell bilpool skulle fungera där.

Vid jämförelse mellan privat bildelning och kommersiell bilpool beskrivs skillnaden att bilarna i en kommersiell bilpool är mer tillgängliga, finns på fler platser och bokningen samt nyckelöverlämningen fungerar bättre. Bland de användare av kommersiell bilpool finns det de som anger att de använt bilpoolen så pass sällan att det blivit mer prisvärt att istället hyra en bil genom en biluthyrningsfirma vid de få tillfällen då de behöver bil.

En del respondenter kommenterar att de i enkäten saknar att kunna svara att de använder Sambil, en bildelningstjänst som tillhör kategorin “Formell ideell privat bildelning”.

## **6.2 Analys av insamlade data**

Nedan analyseras svaren på påståendena utformade enligt modellen Theory of planned behavior med korrelations- och regressionsanalyser. Innan dessa analyser genomförs kontrolleras den interna reliabiliteten och medelkorrelationen mellan frågorna och index av frågorna tas fram.

## 6.2.1 Intern reliabilitet och medelkorrelation

För att säkerställa en god överensstämmelse mellan frågorna beräknas värdet på den interna reliabiliteten med hjälp av Cronbach's alpha. I Tabell 5 presenteras en sammanställning av dessa värden. Det går att utläsa ett värde för varje typ av medlemskap och komponent i TPB samt en beräknad intern reliabilitet för "attityd till att dela"-frågorna.

En av frågorna utformad enligt "Attityd till att dela" är i enkäten ställd: "Jag är en person som vill äga bilen jag använder?". Svaren på den frågan kommer att ge höga värden för de som har en negativ inställning till att dela och låga för de som har en positiv inställning till att dela. Detta skiljer sig från resterade frågor inom "attityd till att dela" som istället har en skala som ger höga värden för de som har en positiv inställning till att dela. Därav vänds svaren på den frågan innan reliabiliteten beräknas.

Tabell 5 Intern reliabilitet för de olika komponenterna indelat efter medlemskap i bildelningstjänst

	Attityd till beteendet	Subjektiv norm	Upplevd beteendekontroll	Attityd till att dela
<b>Medlem i privat</b>	0,565	0,814	0,555	
<b>Medlem i kommersiell</b>	0,716	0,738	0,575	
<b>Ej medlem</b>	0,730	0,905	0,481	
<b>Alla respondenter</b>	0,721	0,875	0,503	0,632

Vidare togs beslutet att ta bort en av frågorna ställda i enkäten innan analys genomfördes. Frågan som togs bort var endast ställd till medlemmar i kommersiell bilpool och ej medlemmar i någon bildelningstjänst och löd "Det finns inga egentliga hinder för mig att använda privat bilpool". Att frågan togs bort i analysen berodde främst på att om denna fråga hade varit med så hade antalet frågor ej varit helt konsekvent för alla respondenter för komponenten "upplevd beteendekontroll".

Att denna fråga togs bort medförde en ökad reliabilitet för frågorna utformade enligt "upplevd beteendekontroll" och givna till alla respondenter från värdet 0,498 till 0,503. Samt en ökad reliabilitet för användare av kommersiell bilpool från 0,401 till 0,570. Att den interna reliabiliteten ökade i dessa fall innebär att respondenterna inte svarat helt konsekvent på frågorna i respektive grupp utformade efter "upplevd beteendekontroll". Däremot sänktes reliabiliteten för gruppen med icke-medlemmar från 0,520 till 0,481 vilket inte antogs vara speciellt nämnvärt. Frågan valdes därmed fortfarande att uteslutas i vidare beräkningar och analyser.

I Tabell 5 går det att utläsa att den interna reliabiliteten är lägre än gränsvärdet på 0,7 för tre av grupperna med frågor utformade enligt "upplevd beteendekontroll", för en grupp med

frågor utformade enligt ”attityd till beteendet” och för frågorna utformade enligt ”attityd till att dela”. Därmed ska medelkorrelationen beräknas för dessa vilket presenteras i Tabell 6.

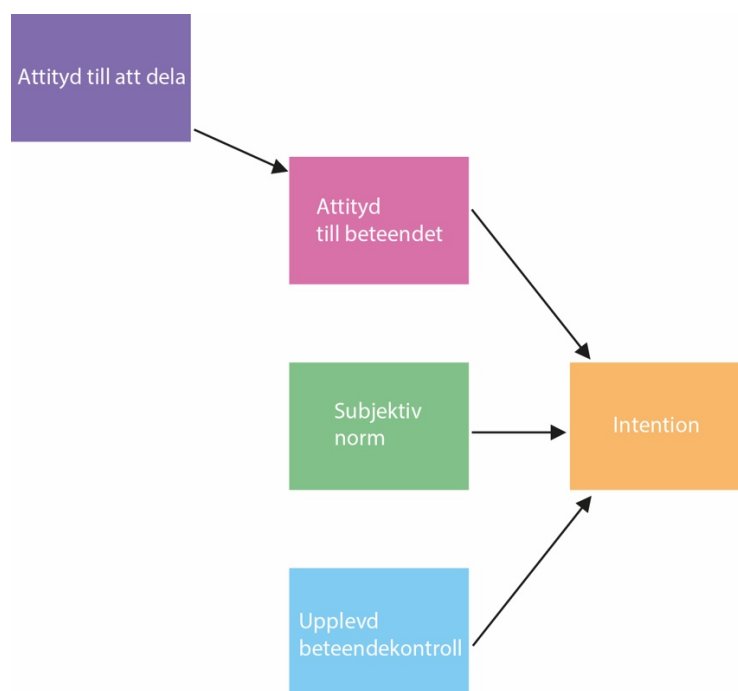
Tabell 6 Medelkorrelation för de olika komponenterna i TPB indelat efter användande av bildelningstjänst

	Medlem i privat	Medlem i kommersiell	Ej medlem	Alla respondenter
Attityd till beteendet	0,330			
Upplevd beteendekontroll	0,384	0,404	0,318	0,337
Attityd till att dela				0,310

Tabell 6 visar att medelkorrelationen hamnade inom spannet 0,15 och 0,5 för samtliga undersökta frågegrupper vilket innebär att ett sammanvägt index kan skapas för användning i vidare beräkningar.

## 6.2.2 Beräkning av index

Beräkningen av index genomfördes i SPSS. Figur 16 visar komponenterna i TPB som är med i analysen av insamlade data och den tillagda komponenten. Varje komponent kommer att erhålla index skapat utifrån de olika bildelningsgrupperna: medlem i kommersiell bilpool, medlem i privat bildelningstjänst, icke medlem samt alla respondenter. Index skapas även för frågorna ”attityd till att dela” som alla respondenter svarade på.



Figur 16 Illustration över komponenterna där index skapas

### 6.2.3 Korrelationsanalys

För att kunna besvara frågeställningarna i detta examensarbete genomfördes korrelationsanalyser mellan komponenterna i TPB och intentionen utifrån alla samt utifrån medlemskap. Dessutom utfördes korrelationsanalyser mellan den tillagda komponenten ”attityd till att dela” och ”attityd till beteendet”.

I Tabell 7 presenteras en sammanställning av resultatet av de fyra första korrelationsanalyserna som genomfördes. Dessa analyser har gjorts med avseende på medlemskap. Asteriskerna visar vid vilken signifikansnivå resultatet gäller.

Tabell 7 Korrelationsanalys mellan komponenterna i TPB och intentionen

	Medlem i privat	Medlem i kommersiell	Ej medlem	Alla respondenter
Attityd till beteendet	0,681**	0,676**	0,531**	0,578***
Subjektiv norm	0,188	0,512***	0,468***	0,335***
Upplevd beteendekontroll	0,745***	0,402**	0,193**	0,283***
N (antal)	18	61	247	326
<i>*p &lt; 0,1, **p &lt; 0,05, ***p &lt; 0,01</i>				

Korrelationsanalysen för medlemmar i en privat bildelningstjänst och intentionen visar att den komponent som påverkar mest är ”upplevd beteendekontroll”, på en stark nivå, följt av komponenten ”attityd till beteendet” också på en stark nivå. För medlemmar i kommersiell bilpool och intentionen påverkar komponenten ”attityd till beteendet” mest, på en stark nivå, följt av komponenten ”subjektiv norm” på en måttlig nivå. För de som inte är medlemmar i någon bildelningstjänst är det ”attityd till beteendet” som påverkar intentionen mest, dessa korrelerar på en måttlig nivå. Subjektiv norm är den komponent som påverkar intentionen näst mest för de som inte är medlemmar i någon bildelningstjänst, de korrelerar också på en måttlig nivå.

För alla respondenter gemensamt visade korrelationsanalysen att komponenten ”attityd till beteendet” påverkar intentionen mest, på en måttlig nivå. Komponentens ”subjektiv norm” korrelerar också på en måttlig nivå med intentionen för alla respondenter. Lägst korrelation för alla respondenter fås för ”upplevd beteendekontroll” på en svag nivå.

Vid dessa analyser erhöles en signifikansnivå mellan  $p < 0,01$  och  $p < 0,05$  förutom för komponenten subjektiv norm för medlemmar i en privat bildelningstjänst där ingen signifikans kunde påvisas.

En korrelationsanalys genomfördes mellan ”attityd till att dela” och ”attityd till beteendet”. Resultatet visas i Tabell 8.



Tabell 8 Korrelation mellan ”attityd till att dela” och ”attityd till beteendet”

	Attityd till beteendet
Attityd till att dela	0,522***
N (antal)	326
* $p < 0,1$ , ** $p < 0,05$ , *** $p < 0,01$	

Komponenterna korrelerar på en måttlig nivå med en signifikansnivå på  $p < 0,01$ .

## 6.2.4 Regressionsanalys

Fem linjära regressionsanalyser genomförs. De första fyra analyserna är av multipel linjär karaktär där intentionen är den beroende variabeln och komponenterna i TPB de oberoende. Den andra regressionsanalysen är en enkel linjär, där ”attityd till beteendet” är den beroende variabeln och ”attityd till att dela” den oberoende.

För att kunna dra några slutsatser av resultatet är det viktigt att den beroende variabelns residualer är normalfördelade. Via okulär undersökning i SPSS drogs slutsatsen att detta är fallet. Dessutom undersöktes storleken på signifikansnivåerna under Shapiro-Wilk-kolumnen vilket visade  $p > 0,05$  vilket även det innebär normalfördelning och regressionsanalyserna genomförs.

Då de fyra första regressionsanalyserna som presenteras nedan är av multipel karaktär undersöks först möjlig multikollinearitet. Resultaten som erhöles var en korrelation lägre än 0,8 mellan de oberoende variablerna vilket innebär låg risk för multikollinearitet och analyserna genomförs.

I Tabell 9 presenteras resultatet av regressionsanalysen för totala antalet respondenter och komponenterna i TPB.

Tabell 9 Regressionsanalys mellan komponenterna i TPB och intentionen att använda privat bildelning

	B-koefficient	Beta-värde	T-värde
Attityd till beteendet	0,691***	9,341	9,341
Subjektiv norm	-0,001	-0,001	-0,025
Upplevd beteendekontroll	0,115*	0,083	1,718

\* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

I denna analys gavs ett värde på  $R^2$  till 0,345 vilket visar att den beroende variabeln, intentionen, påverkas till 34,5% av komponenterna i TPB. Koefficienten B är i positiv riktning för

”upplevd beteendekontroll” och ”attityd till beteendet” men i väldigt svag negativ riktning för ”subjektiv norm”, samma gäller för Beta-värdet.

Analysen visar att ”subjektiv norm” inte är statistiskt säkerställt på någon nivå. ”Upplevd beteendekontroll” är signifikant på ett 90% konfidensintervall och ”attityd till beteendet” är signifikant på 99% konfidensintervall. Dessa resultat av signifikans stämmer även överens vid undersökning av T-värdet där ”attityd till beteendet” har ett värde större än 1,96 och upplevd beteendekontroll ett lägre värde.

Vidare presenteras resultaten av regressionsanalyserna utifrån medlemskap i Tabell 10 - Tabell 12 nedan.

Tabell 10 Regressionsanalys för medlemmar i privat bildningstjänst

Medlem i privat bildningstjänst	B-koefficient	Beta-värde	T-värde
Attityd till beteendet	0,626	0,343	1,604
Subjektiv norm	0,023	0,022	0,132
Upplevd beteendekontroll	0,802*	0,523	2,478

\* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

I denna regressionsanalys erhålls ett  $R^2$ -värde på 0,628 vilket därmed innebär att intentionen påverkas till 62,8% av komponenterna. B-koefficienten samt Beta-värdet är i positiv riktning för alla komponenter men endast ”upplevd beteendekontroll” är statistisk säkerställd på 90% konfidensintervall. T-värdet är i detta fall större än 1,96 så signifikansnivån som erhölls verkar stämma.

Tabell 11 Regressionsanalys för medlemmar i kommersiell bilpool

Medlem i kommersiell bilpool	B-koefficient	Beta-värde	T-värde
Attityd till beteendet	0,699***	0,505	3,720
Subjektiv norm	0,185	0,156	1,240
Upplevd beteendekontroll	0,258	0,170	1,627

\* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

I regressionsanalysen för medlemmar i kommersiell bilpool är  $R^2=0,489$ . Intentionen påverkas till 48,9% av komponenterna i TPB. B-koefficienterna och Beta-värdena för alla komponenter är i positiv riktning där endast ”attityd till beteendet” kan antas statistiskt säkerställd på  $p < 0,01$ , detta visar även T-värdet som är större än 1,96.

Tabell 12 Regressionsanalys för ickemedlemmar

Ej medlem i bildelningstjänst	B-koefficient	Beta-värde	T-värde
Attityd till beteendet	0,408***	0,383	5,206
Subjektiv norm	0,174**	0,211	2,984
Upplevd beteendekontroll	0,034	0,029	0,511

\* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

I den fjärde regressionsanalysen gavs ett värde på  $R^2=0,308$  vilket innebär att komponenterna påverkar intentionen till 30,8%. Även vid denna analys är B-koefficienterna och Beta-värdena i positiv riktning där ”attityd till beteendet” och subjektiv norm är signifikanta, vilket även T-värdena påvisar.

I Tabell 13 presenteras resultatet från regressionsanalysen som behandlar hur ”attityd till beteendet” påverkas av ”attityd till att dela”.

Tabell 13 Regressionsanalys mellan komponenten ”attityd till beteendet” och ”attityd till att dela”

	B-koefficient	Beta-värde	T-värde
Attityd till att dela	0,741***	0,522	11,004

\* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

I denna analys gavs ett värde på  $R^2$  till 0,272 vilket innebär att 27,2% av variationen i den beroende variabeln ”attityd till beteendet” kan förklaras av den oberoende variabeln ”attityd till att dela”. B-koefficienten som erhöles är signifikant, vilket även kan förklaras med T-värdet som är större än 1,96, med storleken 0,741 i positiv riktning.



## 7. Diskussion

I det här kapitlet kommer examensarbetets resultat att diskuteras utifrån frågeställningarna och därefter kommer metoden i studien att diskuteras. I resultatdiskussionen presenteras studiens samtliga resultat, även de som inte påvisade signifikans. Trots att en generalisering ej kan göras anses resultaten vara av intresse att diskuteras då de kan utgöra en god grund i vidare studier. En del slutsatser antas även kunna dras i och med det relativt stora totala respondentantalet studien erhöll, men samtidigt tas hänsyn till det låga antalet respondenter som är medlemmar i en privat bildelningstjänst. Kapitlet avslutas med ett avsnitt som behandlar de begränsningar som framkommit under tiden med examensarbetet.

### 7.1 Resultatdiskussion

Examensarbetets följande två frågeställningar diskuteras var för sig nedan:

- Vilka faktorer påverkar användningen av privat bildelning och vad krävs för att en ökning av användandet ska ske?
- Är det önskvärt att öka användningen av privat bildelning?

#### 7.1.1 Vilka faktorer påverkar användningen av privat bildelning och vad krävs för att en ökning av användandet ska ske?

De komponenter i TPB som påverkar användandet av privat bildelning mest vägs samman med övrigt resultat från enkäten och intervjuerna för att kunna svara på första delen av frågeställningen. Med kunskap om vad som påverkar användningen och hur de privata bildelningstjänsternas arbete ser ut diskuteras därefter vad som krävs för att en ökning av användandet ska ske.

#### Komponenter i TPB som påverkar intentionen mest

Vid analys av det totala antalet respondenter, samt för medlemmar i kommersiell bilpool och ickemedlemmar, gavs resultatet att ”attityd till beteendet” påverkar intentionen mest. Att denna komponent påverkar mest innebär att för en ökad användning är det viktigt att bli positivt influerad gentemot konceptet, för att på så sätt erhålla en positiv inställning och att vilja använda sig av en privat bildelningstjänst. Det behöver nödvändigtvis inte innebära att inställningen enbart kan påverkas av en positiv upplevelse med just privat bildelning, en inställning kan även formars utifrån upplevelser gentemot liknande koncept.

För att kunna beskriva vilka samband som kan ses mellan komponenterna i TPB och intentionen är det av intresse att jämföra de olika utfallen mellan de olika typerna av medlemskap. För privata bildelningsanvändare påverkar ”upplevd beteendekontroll” mest, medan det som ovan nämnt är ”attityd till beteendet” för medlemmar i kommersiell bilpool och ickemedlemmar som har störst påverkan.

Att ”upplevd beteendekontroll” påverkar mest för medlemmar i privata bildelningstjänster men har en liten påverkan för resterande individer kan möjligtvis förklaras med att konceptet vid första anblick verkar svårt och krångligt vilket gör att individer avstår från att testa. När de väl gått med i tjänsten inser de att det inte var så många hinder som de först hade trott. Enligt medlemmar i kommersiell bilpool och ickemedlemmar var en av de största anledningarna till att de ej är medlemmar i en privat bildelningstjänst brist på kunskap om konceptet, många ansåg dessutom att det verkade svårt att bli medlem och att det kändes mer säkert att vara medlem i en kommersiell bilpool.

”Subjektiv norm” verkar inte påverka intentionen i någon stor utsträckning alls. Detta innebär därmed att gruppsyck har en låg inverkan på användning av privat bildelning. Sambandet är speciellt lågt för de som redan är medlemmar. Det kan möjligtvis förklaras med att de på egen hand har insett att en stillastående bil till exempel, är resursineffektivt och gjort egen research för att lösa problemet. De kom därmed över konceptet privat bildelning och började använda tjänsten utan någon påverkan från andra.

Det låga sambandet mellan subjektiv norm och intentionen kan möjligtvis även förklaras med det låga antalet medlemmar i privata bildelningstjänster i förhållande till totalpopulationen i Sverige. Det innebär därmed ett lågt antal individer som kan påverka andra att gå med. Konceptet är fortfarande nytt och inte fullt etablerat på marknaden än. Det är möjligt att en studie av denna sort kan genomföras om ett antal år och att subjektiv norm då kommer ha en mycket större påverkan, som litteraturstudien visade ökar bildelningsanvändningen med 50–100 bilar varje år.

Enligt GoMore och SnappCar växer deras tjänster organiskt, vilket således sker genom att individer påverkas av sin omgivning. Det här verkar gå emot enkätstudiens resultat som visade att influerandet från omgivningen inte verkar vara speciellt viktigt för påverkan på användningen. För att nå ut till fler möjliga användare borde tjänsterna istället satsa på till exempel marknadsföring som då skulle påverka attityden till konceptet.

### **Andra påverkande faktorer**

Regressionsanalyserna visade att komponenterna i TPB påverkar variationen i intentionen för totala antalet respondenter till 34,5%. Detta innebär att det finns andra faktorer utöver komponenterna som påverkar det faktiska och slutgiltiga beteendet. En av dessa faktorer är som tidigare nämnt benämnt som faktisk beteendekontroll. Rent konkret kan detta till exempel innebära att väderförhållanden sätter stopp för ett beteende. Intentionen att vilja använda

privat bildelning kan fortfarande vara stark men beteendet kommer ej genomföras då den faktiska beteendekontrollen påverkat mest.

En annan komponent som visade sig påverka intentionen är den tillagda komponenten ”attityd till att dela”, där analyserna visade på ett samband mellan denna komponent och ”attityd till beteendet”. Det går därmed att anta att det är viktigt att påverka en individs inställning till att dela på ägodelar, för att på så sätt influera attityden till att använda privat bildelning. Runt 10–20% av ickemedlemmarna poängterade i studien att de inte är bekväma med att hyra ut sin egen eller hyra någon annans privatägda bil som en anledning till att de inte är med i en privat bildelningstjänst. Det är möjligt att om dessa individer hade haft en mer positiv inställning till att dela hade detta influerat komponenten ”attityd till beteendet” vilket därmed hade kunnat medföra ett medlemskap.

Utöver ovan nämnda faktorer kan även vanor påverka det slutliga beteendet, som en utomstående bidragande faktor. Vanor ingår inte i modellen TPB men brukar antas påverka en individs resmönster. Ett invariant mönster kan vara svårt att bryta, inte minst när det gäller val av transportmedel. I många fall är personer övertygade om att det “vanliga” färdmedlet är det bästa jämfört med alla andra alternativ, oavsett vilket det valda färdmedlet är (Smidfelt Rosqvist & Wennberg, 2018). Ytterligare ett exempel på vanebeteende berättar Bergkvist om i intervjun, hon säger att användare av deras privata bildelningstjänst gärna återvänder till samma bil, främst för att de vet att den bilen fungerar som den ska.

### **Potentiell målgrupp utifrån intentionen**

Enkätsvaren visade att störst intention fanns hos gruppen äldre kvinnor, boende i stad-centrum och sysselsatt som pensionär eller sjukskriven/föräldraledig/arbetsökande. Den här gruppen borde alltså vara den potentiella målgruppen, vilket analyseras vidare nedan.

Anledningen till att kvinnor har större intention än män kan bero på att det inte visade sig vara lika viktigt för dem med ett snabbt transportsätt. Användande av en bil i en privat bilpoolstjänst kan ses som lite krångligare och mer tidskrävande än att äga en egen bil. Enligt en studie genomförd av Naturvårdsverket (2009) är kvinnor även klimatmedvetna i större utsträckning än män vilket medför att resultatet av denna analys inte verkar förvånande, då många förutsätter att privat bildelning främjar den hållbara utvecklingen.

Att äldre har en högre intention kan bero på att de har mer tid än yngre och har då tid att gå och hämta en bil lite längre ifrån hemmet. Äldre åldersgrupper har förmodligen även förändrat behov av bil om till exempel eventuella barn har flyttat ut. Förändrat behov av bilanvändning är något Bergkvist lyfte i intervjun som en av anledningarna till att bli medlem i en privat bildelningstjänst. Vid studien vad som högst prioriteras vid resa visade det sig att äldre åldersgrupper prioriterar ett flexibelt och snabbt färdmedel vilket däremot säger emot analysen av den potentiella målgruppen, förutsatt att privat bildelning jämförs med en privatägda bil. Jämförs konceptet istället med att gå/cykla/åka kollektivt kan studien antas verka

rimlig då bil oftast antas mer flexibel och snabb än andra transportmedel. Yngre och medelålders personer är oftast mer måna om att prioritera hållbara färdmedel och väljer därmed andra färdmedel än bil (Strid, 2018). Det verkar därmed rimligt att de inte passar in i den potentiella målgruppen då de antas välja att till exempel ta tåget eller cykeln istället för att hyra en bil.

Att de som bor i en stad tillhör den potentiella målgruppen kan bero på att det är där som de privata bildelningstjänsterna är mest utbredda och fungerar bäst idag. Studien visade även att personer bosatta på landsbygd/glesbygd prioriterar ett flexibelt färdmedel i större utsträckning än boende närmre stad eller förort. Enligt Noll (2017) kan en privat bildelningstjänst däremot ha en stor potential i mindre städer, med mer sporadisk användning av bilarna. Detta eftersom det är privatpersoner som äger bilarna och behöver på så sätt inte finansieras av något företag, som till exempel måste ske i kommersiella bilpooler.

Anledningen till att sysselsättningsgrupperna pensionärer och sjukskriven/föräldraledig/arbetsökande har högst intention kan bero på att de antas ha lägre inkomst än yrkesarbetande. Därmed kan den höga intentionen bero på att det anses mer ekonomiskt lönsamt med privat bildelning gentemot andra transportmedelsalternativ. För pensionärer kan den höga intentionen även antas bero på att dessa har mycket tid.

### **Potentiell målgrupp jämfört med dagens användare**

Skillnaden mellan de som är användare av privata bildelningstjänster idag och de som visade sig vara den potentiella målgruppen är tydlig på flera punkter. För att öka utbredningen av privat bildelning bör fokus ligga på att nå den potentiella målgruppen. Skillnaden mellan kvinnor och män är inte stor men det kan antas att det finns potential i att nå ut till och anpassa tjänsten till fler kvinnor. Att nå de som är äldre kan antas kunna göras genom att anpassa tekniken och göra informationen lätt att ta till sig. Det verkar vara de med mycket tid som har en positiv inställning till konceptet, vilket kan tolkas som att företagen bör ta hänsyn till att tjänsten kan anses krånglig, tidskrävande och inte så flexibel. Både dagens användare och den potentiella målgruppen finns i staden. Det går helt i linje med det som intervjupersonerna sagt om att användandet inte är så stort på landsbygden men att det ändå finns etablerat sedan långt tillbaka på vissa ställen. De på landsbygd som inte har testat på konceptet än och inte har någon i närheten som hyr ut sin bil genom en privat bildelningstjänst har svårt att tro att konceptet skulle fungera för dem.

Som Karlberg nämnde i intervjun är det inte alltid den målgrupp som säger att de är beredda att dela med sig som faktiskt gör det i praktiken, vilket kan vara orsaken till utfallet. Resultatet kan dock helt bero på den ojämna fördelningen mellan de demografiska grupperna, av det totala antalet respondenter är det 57% som är  $\leq 30$  år och 3% som är  $> 65$  år, något som är viktigt att ha i åtanke. Utfallet hade förmodligen blivit annorlunda vid ett större urval och en jämnare fördelning.



Enkätsvaren visar att tillgången till bil är störst bland de som inte är med i någon bildelningstjänst. Det antas därför finnas stor potential bland dessa att dela med sig av sin bil i en privat bildelningstjänst. Karlberg säger i intervjun att det är svårare att hitta användare som vill dela med sig av sin bil än vad det är att hitta de som vill hyra en bil. Det finns många som äger bil och inte delar med sig av den, så för att användandet av privat bildelning ska öka antas dessa personer behöva öka sin kunskap om konceptet och intressera sig för det. Viktigt att ha i åtanke när kommersiell bilpool jämförs med privat bildelning är att en förutsättning för privat bildelning är att några av medlemmarna äger bil. Dessa bilägare inkluderas i gruppen som använder privat bildelning trots att de, vid en jämförelse med en kommersiell bilpool, finns på uthyrarsidan.

Medlemmar i kommersiella bilpooler är den grupp som använder kollektivtrafik mest frekvent. Dessa personer kan antas använda kollektivtrafik mycket till vardags och utnyttja bilpoolen vid utflykter, storhandling och liknande. Det är på samma sätt som privata bildelningstjänster vill verka och det kan antas vara så att dessa är så pass nya och inte lika etablerade på marknaden och därför inte riktigt har kunnat hitta sin roll än. Medlemmar i privata bildelningstjänster visade sig vara de som reser minst med kollektivtrafik, det kan antas bero på att de utnyttjar bilarna i tjänsten väldigt mycket eller att de vid tillfällena bil inte är ett måste väljer att transportera sig med cykel eller till fots.

### **Åtgärder för ett ökat användande**

För att det ska bli ett ökat användande av privata bildelningstjänster behöver utbudet möta efterfrågan. Det innebär att då det finns kunskap om vilka faktorer och vilka beteenden som påverkar användningen bör det utnyttjas för att matchas med utbudet.

I examensarbetets bakgrund konstaterades en problematik kring regleringar, tillstånd, brist på specifik definition i lagstiftningen och de olika procentsatser som ska betalas för privata bildelningstjänster. Det kan därmed vara svårt för privata bildelningstjänster att bli konkurrenskraftiga på marknaden gentemot andra transporttjänster (RISE, 2018). Enligt Karlberg är hyrning via en privat bildelningstjänst i 50% av fallen dyrare i jämförelse med andra transporttjänster.

En av de viktigaste faktorerna enligt privata bildelningsmedlemmar för att möjliggöra en ökad användning är att priset och/eller inkomsten måste förbättras, alltså att det måste bli mer ekonomiskt lönsamt för medlemmarna. Inkomsten som uthyraren genererar beror mycket av de olika regleringar som idag finns och priset hyrestagaren i slutändan betalar beror av tjänstens försäkringskostnad samt service- och administrationsavgift.

RISE (2018) menar även de att en del av problematiken med det låga användandet av privata bildelningstjänster ligger i den höga skatt som ska betalas av bildelaren, en i dagsläget krånglig och mycket tidskrävande process. En jämförelse av detta kan göras vid delning av bostad, exempelvis via Airbnb, där bra information för uthyraren finns att tillgå. Det är i dessa fall

tydligt vilka avdrag som kan göras och hur deklarationen ska genomföras. RISE (2018) menar att skillnaden beror på hur informationen från Skatteverket ser ut men trycker på att det största problemet är att det idag inte finns någon tydlig definition för bildelning och vad inom det här området som ska räknas som ekonomisk verksamhet.

I och med detta har ett antal regleringsändringar föreslagits för att göra det enklare för privata bildelningstjänster att etablera sig. Regeringskansliet föreslår till exempel att kommuner ska ha möjlighet att avsätta mark till parkering för bilar tillhörande bildelningstjänster (SOU, 2017). För att någon av dessa faktorer ska kunna förändras och förhoppningsvis förbättras är det mest väsentliga att privat bildelning erhåller en egen definition i lagstiftningen, likt förslaget på definition för resterande motorfordonspooler Regeringskansliet har lagt fram (RISE, 2018; SOU, 2020).

Ytterligare aspekter till varför användandet inte är så utbrett idag kan enligt intervjuerna och enkätstudien bero på att många individer inte har något behov av privat bildelning och att de lånar bil av närstående istället, det vill säga informell privat bildelning. Det kan vara svårt att påverka dessa individer att börja använda privat bildelning, men de allra flesta menar på att privat bildelning kan bli aktuellt vid förändrat behov av bilanvändning. Dessutom önskar många att det ska finnas lediga bilar vid alla tider som efterfrågas vilket kan bli verklighet inom några år, i och med bättre optimerade tjänster.

Det var även många ickemedlemmar som ansåg att digital nyckelöverlämning kan få dem att överväga ett medlemskap. Många beskrev även en osäkerhet kring vad som ingår i försäkringen samt önskade en smidigare digital plattform, vilket kan innebära att det krävs ett digitalt tydliggörande för att få dessa individer att bli medlemmar.

### **7.1.2 Är det önskvärt att öka användningen av privat bildelning?**

Möjligheter att öka användandet av privat bildelning har behandlats ovan men det går att fråga sig om en ökning är önskvärd? För att svara på den frågeställningen har följande tre aspekter tagits upp genom examensarbetet; delningsekonomi, privatekonomi och hållbarhet. En diskussion om de tre aspekterna förväntas påverkas positivt eller negativt med ett ökat användande av privat bildelning förs.

#### **Privat bildelning kan stimulera delningsekonomi**

Den privata bildelningens bidrag till delningsekonomi är något som många ser som det bästa med konceptet. Båda intervjupersonerna, Karlberg och Bergkvist, berättade att deras medlemmar anser att det mest positiva med deras tjänst är känslan av att hjälpa en medmänniska och gemensamt lösa ett problem. Bergkvist tog även upp att känslan av att kunna lita

på personer i sin omgivning är en mycket bidragande faktor till att folk väljer att använda sig av delningstjänsten.

När det kommer till framgångsrika delningsekonomiska tjänster är det nästintill oundvikligt att inte nämna Airbnb. Karlberg beskriver konceptet Airbnb som en förebild för privata bildelningstjänster och menar på att det var tack vare Airbnb:s framgång som andra typer av delningsföretag vågade starta upp en egen verksamhet. Airbnb:s affärsidé bygger på samma delningsekonomiska idé som de privata bildelningsföretagen. Koncepten är därmed mycket lika, en person äger ett eller flera föremål som inte utnyttjas till dess fulla potential och väljer därmed att dela med sig av dessa mot ekonomisk ersättning. Intresset av delningsekonomi utgör en stor del av framgången för dessa koncept och det kan ha varit det som Airbnb drog nytta av när de gick i första ledet för nya delningstjänster.

Att Airbnb kom att bli så framgångsrikt beskriver Zervas, Proserpio och Byers (2017) beror av två nyckelfaktorer. Dessa två faktorer är tekniska innovationer och möjligheten för utbudssidan att vara flexibla. De tekniska innovationerna har gjort det möjligt att snabbare och billigare ordna med bokning och transaktioner genom applikationer eller hemsidor. Möjligheten för utbudssidan att vara flexibla och anpassa hur många lägenheter, hotellrum eller bilar som finns tillgängliga i urvalet gör att utbudet lättare kan anpassas till den aktuella efterfrågan. I delningstjänstsammanhang är det inte nödvändigt för uthyraren att alltid få sin vara uthyrd vid de tillfällen som erbjuds för att verksamheten ska gå runt ekonomiskt. Det betyder att ett flexibelt utbud innebär en större säkerhet för både uthyrarna och förmedlingstjänsten.

I den privata bildelningsbranschen har den tekniska innovationen gjort det möjligt för de i studien beskrivna privata bildelningsföretagen att starta upp sin verksamhet. Deras affärsidé bygger på att individer, som inte känner varandra, kan komma i kontakt med varandra i syftet att dela på en bil. Den här kontakten hade inte varit möjlig utan tillgång till en digital plattform.

### **Privat bildelning kan vara ekonomiskt lönsamt på individnivå**

Om en ökad användning av privata bildelningstjänster blir billigare eller dyrare för medlemmarna beror på hur användningen ser ut. I Sverige är det relativt billigt att köpa en bil jämfört Danmark, Norge och Tyskland (Rabe, 2019). Enligt Karlberg kan ett billigt biläggande leda till att fler har råd med en bil och att behovet av bildelningstjänster på så sätt minskar. Hur ofta en bil hyrs ut eller hur ofta en person hyr en bil påverkar hur mycket pengar som är i omlopp i tjänsten. En person som äger en bil och hyr ut den genom en privat bildelningstjänst kan tjäna extra pengar och på så sätt ha råd att behålla bilen. En person som hyr en bil genom en privat bildelningstjänst behöver inte lägga pengar på en egen bil och betalar bara när den använder en bil. Detta kan därmed antas innebära att ju mer sällan en bil behövs desto mer ekonomiskt lönsamt blir det för en person att hyra istället för att äga en egen bil.

Vid en privat bildelningsresa synliggörs den totala kostnaden direkt, till skillnad från en privatägd bil som är dyr vid inköp men sedan uppfattas som billigare att använda vid varje tillfälle. Detta kan medföra att privat bildelningstjänst upplevs som dyrare när det i själva verket inte behöver vara fallet alla gånger. Detta kan antas vara en bidragande faktor till att bilanvändandet minskar med medlemskap i en privat bildelningstjänst. Karlberg nämnde däremot att det inte alltid är billigare att hyra en bil via en privat bildelningstjänst jämfört från en biluthyrningsfirma. Att individer ändå väljer att hyra genom en privat bildelningstjänst har då med andra aspekter att göra, till exempel delningsekonomiska aspekter och känslan av att hjälpa andra.

### **Privat bildelning kan vara ett hållbart transportsätt**

En annan viktig aspekt angående användandet av privat bildelning är om det kan antas främja hållbar utveckling eller ej, i detta fall med hänsyn till ekologisk hållbarhet. För att ha möjlighet att motivera ett ökat användande av privat bildelning är det viktigt att veta om det totalt bidrar till mer eller mindre utsläpp av växthusgaser från transportsektorn. Privat bildelning framställs gärna som ett hållbart alternativ till att äga en egen bil, men att det verkligen är det, har ingen lyckats säkerställa. Det är framförallt två betydande faktorer som spelar in; bidraget till nybilstillverkning och utsläpp från fordonen vid användning av dem.

I genomsnitt reser en person i Sverige 38 km varje dag och 25 km av denna sträcka sker med bil. Även en stor andel av alla resor som görs sker med bil, 54%. Många av bilresorna sker som dagliga resor till och från arbete eller skola, och många av dem görs av personer i medelåldern. På grund av att bilen i många år varit det dominerande transportmedlet är det mycket som fortfarande är anpassat efter den idag, till exempel infrastruktur och invanda resmönster (Smidfelt Rosqvist & Wennberg, 2018). I och med att bilanvändande är så utbrett kan ett fortsatt användande av bil i form av privat bildelning antas ha goda förutsättningar för att etablera sig. Privat bildelning kan på så sätt antas vara ett väldigt snällt sätt att förändra folks resvanebeteende. Att bilanvändandet kan minska men att vissa fortfarande vill behålla sin bil ger bra förutsättningar för dem att ansluta sig till en privat bildelningstjänst och hyra ut bilen. Enligt en studie publicerad i journalen *Transportation Research* (Dill, McNeil, & Howland, 2019) påvisades dock att individers körvanor inte verkar ändras speciellt mycket trots ett medlemskap, det kan bero på att det krävs ytterligare påverkningar för att privat bildelning ska minska bilanvändandet.

Ett annat exempel på ett snällt sätt att förändra resvanor och få folk att prova på bildelningskonceptet är vid nybyggnationer. Att bygga parkeringsplatser är dyrt och att minska parkeringstalet är därav eftersträvänsvärt för både den som bygger såväl som för de boende. Vid vissa nybyggnationer pågår det försök med att minska parkeringstalet och istället erbjuda bilpoolsmedlemskap för de boende (Trafikanalys, 2016). Dock är dessa bilpoolsmedlemskap än så länge främst för kommersiella bilpools.

Att minska biltillverkningen och biltrafiken är önskvärt ur en hållbarhetssynpunkt. Då trenden i Sverige är att fler äger bil men använder de mindre kan det finnas en möjlighet att utnyttja de befintliga bilarna mer genom privat bildelning. Bildelning och användning av bilpooler har ökat de senaste åren och prognostiseras till att fortsätta öka.

Intervjupersonerna berättar om att tjänsterna börjat använda en nyckelfri funktion för uthyrning av bilarna och att det ökar användningen av varje bil. Det kan antas vara mer resurseffektivt då fler personer kan använda sig av samma bil och att varje bildelningsbil kan ersätta ännu fler än 6 stycken privatägda bilar. Det kan minska behovet av nya bilar och då även nytillverkningen. En nackdel med den nyckelfria funktionen är att det blir enklare att hyra en bil och att det då sker mer spontant för kortare resor inom staden. En risk som kan ske om den nyckelfria funktionen blir ännu mer utbredd är att begränsningen att hyra en bil kortare än ett dygn tas bort. Det antas motverka den positiva effekt som de privata bildelningstjänsterna vill ha på transportsystemet, då det blir enklare att genomföra kortare resor. Dessa resor kan anses onödiga och skulle kunna genomföras med mer hållbara transportmedel istället.

En risk med en ökning av användandet av privata bildelningstjänster anser Karlberg är att tjänsterna köps upp av bilföretag. Då finns det risk att det inte längre är fokus på konceptet ur hållbarhets- och delningsekonomisynpunkt utan att biltillverkarna istället kontrollerar tjänsterna med målet att tjäna pengar och sälja fler bilar. Ytterligare en risk som finns är att konceptet kommer att användas i ett mer kommersiellt syfte, vilket antas vara fallet för Airbnb idag. Det vill säga att personer köper bilar endast i syfte att tjäna pengar på dem genom uthyrning, vilket kommer att bidra till en ökad nybilstillverkning.

Karlberg berättar att en del av de som hyr bilar via tjänsten egentligen ser bilen som ett ”nödvändigt ont” och inte vill äga en egen bil, men ibland har behovet av att använda en ändå. Det går att fråga sig om dessa användare verkligen har behov av en bil när de hyr den och vilket transportmedel de hade använt om de inte hade hyrt genom den privata bildelningstjänsten. I vissa fall hade det kanske gått att uträtta samma ärende med kollektivtrafik, cykel eller till fots medan bilen i andra fall faktiskt är nödvändig och hade hyrts eller lånats på annat sätt ändå. Samtidigt går det även att se den här gruppens bilanvändande ur motsatt synvinkel, utan en privat bildelningstjänst hade de kanske ägt en egen bil.

De första bildelningstjänsterna som bildades antas inte ha startats för att vara en hållbar lösning i transportsystemet utan snarare för att vara mer ekonomiskt effektivt för användarna genom att dela på kostnaderna för en bil. Det kan antas att det är först på senare år som hållbarhetsaspekten tagits in som ett argument för att öka användningen av privat bildelning.

Medlemmar i privata bildelningstjänster på uthyrarsidan kan genom att vara med i tjänsten få en liten inkomst på sin bil vilket därmed kan leda till att de har råd att behålla bilen. Om de inte hade varit medlemmar hade de kanske löst sina egna transporter med andra transportmedel och att de nu äger en bil gör att de använder den oftare. Det går därmed att ställa

sig frågan om dessa medlemmar bidrar till ökad användning och tillverkning av bilar och att resande med privat bildelning faktiskt inte är ett hållbart transportsätt.

Det som kan motsäga sig detta är svaren från enkätstudien där respondenterna, från både hyr- och uthyrningssidan, angav att deras resande med bil har minskat något och att användandet av kollektivtrafik, cykel och gång har ökat i och med medlemskap i privata bildelningstjänsten. Förändringarna är inte särskilt stora men visar ändå att medlemskap i en privat bildelningstjänst bidrar till att öka användandet hållbara transportmedel och minska användandet av bilar. Om denna förändring av resmönster antas kunna appliceras på alla privata bildelningsanvändare i Sverige kan konceptet anses hållbart för samhället och som ett hållbart transportsätt.

Enligt en amerikansk studie (Shaheen, Martin, & Bansal, 2018) påvisades däremot en ökad bilanvändning hos 27% av studiens privata bildelningsanvändare och en minskad bilanvändning hos endast 20%. Studien visade även på en minskning av taxiåkande, ett i stort sätt oförändrat kollektivtrafikåkande och att 3% av studiens deltagare sålt sin bil när de blev medlemmar i en privat bildelningstjänst. Den visade också att 46% av studiens privata bildelningsanvändare inte har egen bil, vilket kan innebära en ökning av bilförare i samhället om dessa inte annars hade haft tillgång till bil. Än så länge finns det väldigt lite forskning om privat bildelning och dess effekter på samhället vilket därmed kan innebära att det kan komma att vara önskvärt med en ökning av användandet, trots att den amerikanska studien verkar gå emot resultatet i det här examensarbetet.

I radioprogrammet ”Prylarnas pris” producerat av Sveriges radio P1 (Öhman & Ridderstedt, 2019) togs det upp att det finns en problematik i att privat bildelning antas vara resurseffektivt, hållbart och bidra till att individer kan spara pengar. Då pengar sparas finns risken att dessa spenderas på andra varor eller tjänster som inte kan antas vara hållbara. Utan ett ökat användande av andra varor kan istället antas bidra till ökad konsumtion eller utsläpp av växthusgaser på andra sätt.

## 7.2 Metoddiskussion

Teorin Theory of planned behavior (TPB) valdes att användas i examensarbetet för att analysera individers inställning till beteendet att använda privat bildelning. I kapitel 6.2.1 Intern reliabilitet och medelkorrelation visas teorins tillförlitlighet för examensarbetets ändamål. Resultatet visar att teorin fungerar väl gällande hur individer ställer sig till användning av privat bildelning.

Trots att denna modell verkar kunna appliceras när intention av privat bildelning ska undersökas hade det varit eftersträvänsvärt med mer tid till utformning av enkätstudien och skapandet av frågorna. Dessa borde ha testats på fler personer i pilotstudien än vad som gjordes, i analysen togs en av frågorna bort då den ansågs ha blivit missförstådd hos respondenterna.

Individer utan körkort borde inte haft möjlighet att svara på enkäten då de flesta av frågorna var utformade ur ett perspektiv som antog att individen haft färdmedlet bil som valmöjlighet. Dessutom kan dessa individer inte bli medlemmar i en bildelningstjänst. Eventuellt borde frågorna ha utformats annorlunda för att täcka in icke körkortsinnehavare på ett korrekt sätt. I enkäten antogs även att tjänstebil är likvärdig privatägd bil vilket medförde en del funderingar efter att enkäten publicerats, denna förvirring borde ha undvikits och problemet borde ha tagits i beaktning vid utformning av frågorna. Vid missförstådda frågor kan fel resultat erhållas och därmed fel analys genomföras. Hos de ledande privata bildelningsföretagen i Sverige, SnappCar och GoMore, går det inte att hyra en bil under en kortare tid är ett dygn vilket borde tagits i beaktning vid utformningen av frågan som behandlade tid för hyrning (GoMore, 2020; SnappCar, 2020).

Vanor har endast behandlats översiktligt i det här examensarbetets och togs ej hänsyn till vid utformningen av enkätstudiens frågor. För att ge en ännu mer korrekt förklaring till individens beteende angående användning av privat bildelning borde vanor behandlats ytterligare.

Den kvalitativa studien genomfördes som två intervjuer. I och med att två företagsrepresentanter intervjuades är det möjligt att svaren på intervjufrågorna är besvarade till fördel för deras företag. Intervjuerna skedde på samma sätt, via telefon och med samma intervjuguide, vilket innebar att likvärdiga resultat från de båda intervjupersonerna erhöles.

### **7.3 Begränsningar**

En begränsning viktig att ta hänsyn till vid analys av den kvantitativa studiens resultat är det icke slumpmässiga urvalet av respondenter. Författarna skickade ut enkäten till närstående och riktade sig främst till bildelningsanvändare, detta innebar att urvalet blev ett så kallat bekvämlighetsurval (Bryman, 2018). Resultatet kan därmed inte generaliseras till hela Sveriges befolkning och kan inte antas representativt för en totalpopulation (Nyman & Österman, 2016). Eventuella signifikanser väljs trots detta att presenteras som underlag om det i framtiden skulle finnas ett intresse av att genomföra vidare studier, med ett slumpmässigt urval av respondenter.





## 8. Slutsats

Modellen TPB kan användas för att ta reda på intentionen för att använda privat bildelning. Alla tre komponenterna i TPB påverkar intentionen och ”attityd till beteendet” är den som överlag påverkar mest. Som en del i att få en ökad användning av konceptet privat bildelning behöver individers beteenden förändras. Utöver de tre komponenter som inkluderas i TPB påverkas beteendet även av andra faktorer som ”faktisk beteendekontroll” och vanor. Dessutom behöver de privata bildelningsföretagen anpassa sig till de faktorer som påverkar användandet mest och även vända sig till den potentiella målgruppen; äldre pensionerade/sjuk-skrivna/föräldralediga/arbetssökande kvinnor bosatta i städer. Ytterligare en förändring som behöver ske för att öka användandet är att privat bildelning behöver ha en egen juridisk definition så att de kan regleras utifrån den, i och med det går det även att göra tjänsten billigare och mer lättillgänglig.

Det behöver alltså både ske en förändring i beteende och en förändring i regleringar. Många anger att de vid ett förändrat resebehov kan komma att börja använda privat bildelning men de kommer inte att ändra sina vanor utan någon anledning. I nuläget är det till stor del regleringar som sätter stopp för förändringar och inte förrän de ändras kommer folk se någon anledning att ändra sig. Det är först när förhållandena och förutsättningarna för användandet blir bättre som privata bildelningstjänster kommer att ses som mer positivt.

Ur delningsekonomisympunkt är det önskvärt att öka användningen av privat bildelning. Ett ökat användande av konceptet innebär ett bättre utnyttjande av befintliga resurser. Användande av privata bildelningstjänster kan vara både mer och mindre ekonomiskt lönsamt för varje individ, det beror helt på hur användandet ser ut. Ju mer sällan bil används desto mer ekonomiskt lönsamt blir det för de individer som hyr bil och tvärt om för de som hyr ut bil. I dagsläget finns både lagar och skatter som gör det svårt att göra användningen av privata bildelningstjänster billigare. Om användandet av privat bildelning är hållbart eller inte beror på hur användandet ser ut och vilket annat transportmedel en resa med en privat bildelningsbil ersätter. Med ökat användande av privat bildelning minskar bilresandet överlag.

### 8.1 Förslag till vidare studier

Då privat bildelning fortfarande är ett väldigt nytt koncept, ännu inte är fullt etablerat på marknaden och det inte finns mycket statistik att tillgå inom ämnet, kunde dess eventuella påverkan på miljön endast undersökas i mycket liten skala. Det är därmed fortfarande svårt att säga om konceptet faktiskt bidrar till ett hållbarare samhälle eller inte. En rekommendation för framtida studier är att genomföra en mer omfattande studie ur hållbarhetssynpunkt.

Om konceptet antas hållbart för samhället kan det även vara av intresse att genomföra djupare analyser med avseende på ekonomisk lönsamhet för användarna, analyser utifrån ett

tillgänglighetsperspektiv och analysera om det är mer flexibelt och snabbare i jämförelse med andra transportsätt.

Idag finns det många olika typer av bildelningskoncept som kan komma att bidra till mindre trängsel på gatorna, bättre luft och möjligtvis ett mer hållbart samhälle. I detta examensarbete fokuserades det främst på formell privat bildelning. En gren i examensarbetets bildelningsillustration är benämnd som informell privat bildelning, vilket oftast innebär att dela bil med närstående och utan hjälp av en mellanhand. Analys och undersökning av denna typ av bildelning genomfördes inte i detalj och kan vara av intresse vid vidare studier.

Ytterligare ett koncept som kan vara av intresse vid vidare studier är samåkningstjänster, både formella och informella.

Om privata bildelningstjänster kan vara ett fungerande och framgångsrikt koncept att implementera i fastigheter vid nybyggnation kan också vara intressant att studera vidare.

## 9. Referenser

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. University of Massachusetts at Amherst. Massachusetts: Academic Press.
- Ajzen, I. (2001). *Nature and Operation of Attitudes*. Massachusetts: Annual Reviews.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. Amherst: University of Massachusetts.
- Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. *Turkish Journal of Emergency Medicine*, 91-93.
- Arcidiacono, D., & Duggan, M. (2019). *Sharing Mobilities Questioning Our Right to the City in the Collaborative Economy*. London: Routledge Focus.
- Bösch, S., & Brodén, E. (2009). *Kollektivtrafik som norm - vad behöver göras?* Vägverket och Banverket.
- Bergkvist, K. (2020). *Bildelning blomstar – våra användare gör ett fantastiskt jobb med att hjälpa varandra*. Hämtat från GoMore: <https://blog.gomore.se/bildelning-slar-nya-rekord-vara-anvandare-gor-ett-fantastiskt-jobb-med-att-hjalpa-varandra/>
- Bergkvist, K. (2020). Market Manager GoMore.
- Billing, M. (2017). Snappcar tar in närmare 100 miljoner – växlar upp i Sverige. *Dagens Industri*.
- Bilpool. (2020). *Gemensam konsumtion*. Hämtat från Bilpool: <https://www.bilpool.nu/gemensam-konsumtion/>
- Blumenberg, E., Taylor, B. D., Smart, M., Ralph, K., Wander, M., & Brumbagh, S. (2012). *What's Youth Got to Do with It? Exploring the Travel Behavior of Teens and Young Adults*. Los Angeles: University of California Transportation Center.
- Briggs, S., & Cheek, J. (1985). *The role of factor analysis in the development and evaluation of personality scales*. University of Tulsa och Wellesley College.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3:e upplagan uppl.). Malmö: Liber.
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber AB.
- Carlson, N. R., Heth, C., Miller, H., Donahoe, J., Buskist, W., Martin, G., & Schmaltz, R. (2010). *Psychology : the science of behaviour*. Toronto: Pearson Education Canada.

- Cedersund, H.-å., & Lewin, C. (2005). *Män och kvinnor i trafiken - en litteraturstudie*. Linköping: vti.
- Clark, L., & Watson, D. (1995). *Constructing Validity: Basic Issues in Objective Scale Development*. Iowa City: American Psychological Association.
- Dill, J., McNeil, N., & Howland, S. (2019). Effects of peer-to-peer carsharing on vehicle owners' travel behavior. *Transportation Research*, 70-78.
- Ejlertsson, G. (1996). *Enkäten i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts: Academic Press.
- Fjellander, L., Plepys, A., Harris, S., Ljungkvist Nordin, H., Mata, E., Matschke Ekholm, H., . . . Börjesson Rivera, M. (2019). *Delningens potential*. Stockholm: IVL Svenska Miljöinstitutet.
- FSSE. (2020). *Internal Consistency Reliability*. Indiana University: Faculty survey of student engagement.
- GoMore. (2020). *GoMore*. Hämtat från GoMore: <https://gomore.se/>
- Holmberg, P.-E., Roth, A., & Sarasini, S. (2017). *Integrerade Mobilitetstjänster*. Lund: K2.
- Holme, I. M., & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik - Om kvalitativa och kvantitativa metoder (2:a upplagan uppl.)*. Studentlitteratur.
- Isaksson, L. (2019). *Smarta tjänsten: Hyr grannens bil*. Hämtat från Göteborg Direkt: <https://www.goteborgdirekt.se/nyheter/smarta-tjansten-hyr-grannens-bil/repfc!VSgwZNVJIo8sgmpjUCecaQ/>
- Kågeson, P. (2014). *The causes and effects of declining driver license holdings in Sweden*. Stockholm: CTS.
- Karlberg, F. (2020). Sverigechef SnappCar.
- Klimatmålsenheten, Naturvårdsverket. (2020). *Utsläpp av växthusgaser från inrikes transporter*. Hämtat från Sveriges miljömål: <https://www.sverigesmiljomal.se/etappmalen/utslapp-av-vaxthusgaser-fran-inrikes-transporter/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Levine, B. (2014). *FlightCar nabs \$13.5M to employ your car instead of parking it at an airport*. Hämtat från <https://venturebeat.com/2014/09/10/flightcar-nabs-13-5m-to-employ-your-car-instead-of-parking-it-at-an-airport/> den 9 Mars 2020
- Lindén, A. (2019). *2030-sekretariatets medskick till Bilpoolsutredningen (SOU 2018: 93)*. Stockholm: 2030-sekretariatet.
- Malhotra, N. (2010). *Marketing research – An Applied Orientation*. London: Pearson Education.
- Miljöbarometern. (2020). *Indikator för fossilberoende transporter år 2030*. Hämtat från Miljöbarometern: <https://2030.miljobarometern.se/nationella-indikatorer/beteendet/bilpooler-b3h/bilpoolsbilar/>
- Naturvårdsverket. (2009). *Allmänheten och klimatförändringen 2009*. Stockholm: Naturvårdsverket.
- NE. (2020a). *Kvalitativ metod*. Hämtat från Nationalencyklopedin: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kvalitativ-metod> den 2 mars 2020
- NE. (2020b). *Reliabilitet*. Hämtat från Nationalencyklopedin: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/reliabilitet>
- NE. (2020c). *Signifikanstest*. Hämtat från Nationalencyklopedin: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/signifikanstest>
- Noll, B. (2017). *Car Sharing and Urban Mobility in Malmö and San Francisco*. Lund: IIIIEE, Lund University.
- Nyman, P., & Österman, M. (2016). *Att genomföra och bedöma statistiska undersökningar*. Uppsala: Att genomföra och bedöma statistiska undersökningar.
- Olsson, L. E., Maier, R., & Friman, M. (2019). *Why Do They Ride with Others? Meta-Analysis of Factors Influencing Travelers to Carpool*. Karlstad University, Department of Social and Psychological Studies. Karlstad: CTF Service Research Center.
- Olsson, L., & Schnurr, M. (2018). *Regelverksinnovation för P2P bildelning i Sverige*. Göteborg: RISE.
- Paulsson, A. (2018). *Nya former av delad mobilitet och kollektivtrafik*. Lund: K2.
- Prieto, M., Baltas, G., & Stan, V. (2017). *Car sharing adoption intention in urban areas: What are the keysociodemographic drivers?* Elsevier.

- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing Economy. *Business & Information Systems Engineering*.
- Rabe, M. (2019). *Så mycket kostar bilarna i Sverige och i grannländerna*. Hämtat från Teknikens värld: <https://teknikensvarld.se/sa-mycket-kostar-bilarna-i-sverige-och-i-grannlanderna/>
- Ridebite. (2020). *Ridebite*. Hämtat från Ridebite: <https://www.ridebite.com/om-oss>
- Ringhagen, S. (2016). *Byta bil med grannen blir allt vanligare*. Hämtat från SVT: <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/byta-bil-med-grannen-blir-allt-vanligare>
- RISE. (2018). *Så kan privat bildelning få fart i Sverige*. Hämtat från RISE RESEARCH INSTITUTES OF SWEDEN: <https://www.ri.se/sv/press/sa-kan-privat-bildelning-fa-fart-i-sverige>
- Sambil. (2020). *Bilpool Sambil*. Hämtat från Sambil: <http://www.sambil.se>
- Shaheen, S., Martin, E., & Bansal, A. (2018). *Peer-To-Peer (P2P) Carsharing: Understanding Early Markets, Social Dynamics, and Behavioral Impacts*. Berkeley: University of California Transportation Center, tsrc, ITS Berkeley.
- Skatteverket. (2020). *Delningsekonomi*. Hämtat från Skatteverket: <https://www.skatteverket.se/privat/skatter/arbeteochinkomst/inkomster/delningsekonomi.4.361dc8c15312eff6fd46d7.html>
- Smidfelt Rosqvist, L., & Wennberg, H. (2018). *Förklaringar till resmönster i koppling till förutsättningar att resa för olika grupper. Underlag till Trafikanalys*. Lund: Trivector.
- SnappCar. (2020). *SnappCar*. Hämtat från SnappCar: <https://www.snappcar.se/>
- SOU. (2017). *Från värdekedja till värdecykel*. Stockholm: Utredning cirkulär ekonomi.
- SOU. (2020). *Motorfordonspooler - på väg mot ökad delning av motorfordon*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- Steorn, N., & Goldmann, M. (2017). *BILPOOLSBOOM så går det till! Förändringsförslag för ökad bildelning och snabbare omställning till en fossilberoende fordonsflotta*. Stockholm: 2030-sekretariatet.
- Strid, P. (2018). Hållbarhet allt viktigare för svenska konsumenter. *Aktuell Hållbarhet*.

- Sundell, A. (2010). *Guide: Tolka standardfel i regressionsanalys*. Hämtat från SPSS-akuten:  
<https://spssakuten.com/2010/09/17/guide-tolka-standardfel-i-regressionsanalys/#more-226>
- Trafikanalys. (2016). *Nya tjänster för delad mobilitet*. Stockholm: Brita Saxton.
- Trafikanalys. (2017). *RVU Sverige*. Trafikanalys; Sveriges officiella statistik.
- Trafikverket. (2020). *Jämställdhet - konkreta insatsexempel + bakgrundsinformation*.  
Trafikverket.
- Vaughan, G. M., & Hogg, M. A. (2008). *Social Psychology*. New Jersey, USA: Pearson Education.
- WWF. (2020). *Våra bilturer och flygresor ger stora utsläpp*. Hämtat från wwf:  
<https://www.wwf.se/earth-hour/bilen/>
- Zainodin, H., & Yap, S. (2013). *Overcoming multicollinearity in multiple regression using correlation coefficient*. Melville: AIP Conference Proceedings 1557:1 416-419.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2017). *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. Questrom School of Business, Boston University. Boston: American marketing association.
- Öhman, D., & Ridderstedt, M. (2019). *Sparkcyklar överallt - Ärd et bra att dela?* [Inspelat av P.-p. Sveriges radio]. Stockholm, Sverige.

## Appendix A - Intervjufrågor

1. Varför startades bildelningstjänsten? Vad var behovet som ni såg?
2. Hur många användare har SnappCar/GoMore i Sverige idag? Både andelen som hyr och som hyr ut.
3. Vilken är er målgrupp? Hur hittar nya medlemmar er? Hur får de kunskap om att ni finns?
4. Vad ser ni för skillnad i användning av privata bilpooler på landsbygden jämfört med i storstäder?
5. Hur ser uthyrningen ut? Brukar det vara så att en person hyr ut till många olika eller är det samma personer som återkommer?
6. Hur fungerar det med försäkring på bilarna hos er?
7. Hur tycker ni att det fungerar med att hyra ut bilar med installerad nyckelfri-funktion? Hur stor andel av era bilar tror ni kommer att ha en nyckelfri-funktion om några år?
8. Vad brukar era kunder främst säga är det mest positiva mer er tjänst? Vad brukar de säga är den främsta förbättringspotentialen?
9. Hur fungerar privat bildelning i Sverige i jämförelse med i andra länder?
10. Har du sett någon förändring i inställningen till att dela i och med ett ökat användande att privata bilpooler?
11. Vad tror du om framtiden på SnappCar/GoMore?



## Appendix B – Enkätfrågor

<b>Information om dig och ditt hushåll</b>		
1	Alternativ	Kön
2	Alternativ	Ålder
3	Alternativ	Vilken är din högst avslutade utbildning?
4	Alternativ	Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?
5	Alternativ	Hur många personer ingår i ditt hushåll? (Räkna med dig själv)
6	Alternativ	Hur många av dessa är barn under 18 år?
7	Alternativ	Vilken är hushållets totala löneinkomst per månad före skatt?
8	Alternativ	Var bor du?
9	Alternativ	Hur ofta åker du med kollektivtrafik?
10	Alternativ	Har du körkort för personbil?
11	Alternativ	Hur många bilar finns i ditt hushåll? (Inkludera företagsbilar, leasingbilar etc. Exkludera bilpoolsbilar)
<b>Information om inställning till att dela</b>		
12	Håller helt med/inte alls med	Jag är en person som vill äga bilen jag använder?
13	Håller helt med/inte alls med	Jag är en person som använder delningstjänster? (t.ex. Airbnb, elscooter, cykelpool)
14	Håller helt med/inte alls med	Jag är en person som gärna vill dela med mig av det jag äger till närstående (t.ex. låter grannen använda min bil, mina verktyg eller fritidsbostad)
15	Håller helt med/inte alls med	Jag är en person som gärna vill dela med mig av det jag äger till människor jag ej känner (t.ex. hyra ut båten eller fritidsbostad)
<b>Information om ditt val av transportmedel</b>		
16	Håller helt med/inte alls med	Jag är en person som gillar att prova på nya transportsätt som jag inte brukar använda
17	Håller helt med/inte alls med	Jag väljer de färdmedel som tar mig snabbast från A till B
18	Håller helt med/inte alls med	Jag väljer de färdmedel som jag bedömer är billigast
19	Håller helt med/inte alls med	Jag väljer de färdmedel som jag bedömer är mest hållbara för samhället
20	Håller helt med/inte alls med	Jag väljer de färdmedel som ger mig störst flexibilitet och oberoende
<b>Bilpooler</b>		
21	Alternativ	Känner du till konceptet privat bilpool?
22	Alternativ	Är du/ditt hushåll medlemmar i en bilpool, eller har varit tidigare? (om du använder flera olika bilpooler, välj den du använder mest)
<b>Kommersiell bilpool</b>		

Privat bildelning – Faktorer som påverkar användandet

23	Alternativ	Vad fick dig att bli medlem i en kommersiell bilpool?
24	Alternativ	Finns det någon anledning att du valde en kommersiell och inte privat bilpool?
<b>Ickemedlem</b>		
23	Alternativ	Varför använder du inte privat bilpool? (klicka i ett eller flera alternativ)
24	Alternativ	Vad skulle få dig att börja använda en privat bilpool? (klicka i ett eller flera alternativ)
<b>Ditt intresse av att bli medlem i en privat bilpool</b>		
25	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att privata bilpooler är en användbar tjänst inom transportsektorn
26	Håller helt med/inte alls med	Jag tror att användningen av en privat bilpooltjänst skulle passa min livsstil och mina vanor
27	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att privata bilpooler skulle kunna underlätta mina vardagliga ärenden
28	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att det verkar enkelt att använda tjänsten privat bilpool
29	Håller helt med/inte alls med	Jag tror att jag har de kunskaper som krävs för att använda privat bilpool
30	Håller helt med/inte alls med	Jag tror att jag skulle använda privat bilpool om människor i min närhet rekommenderar det
31	Håller helt med/inte alls med	Jag skulle vara mer benägen att använda privat bilpool om människor i min närhet använder tjänsten
32	Håller helt med/inte alls med	Det finns inga egentliga hinder för mig att använda privat bilpool
33	Håller helt med/inte alls med	Jag kommer att försöka använda tjänsten privat bilpool i min vardag inom en snar framtid
<b>Privat bilpool</b>		
23	Alternativ	Hur ser din användning av privat bilpool ut?
<b>Jag hyr andras bilar</b>		
24	Alternativ	Hur ofta hyr du en bil?
25	Alternativ	Under hur lång tid hyr du oftast en bil?
26	Alternativ	I vilka situationer hyr du främst en bil?
27	Alternativ	Vad anser du främst behöver förbättras när du hyr en bil?
<b>Jag hyr ut min bil</b>		
24	Alternativ	Hur ofta hyr du ut din bil?
25	Alternativ	Under hur lång tid hyr du oftast ut din bil?
26	Alternativ	Vad anser du främst behöver förbättras vid uthyrning av din bil?
<b>Jag utnyttjar båda alternativen</b>		
24	Alternativ	Hur ofta hyr du en bil?
25	Alternativ	Under hur lång tid hyr du oftast en bil?
26	Alternativ	I vilka situationer hyr du främst en bil?

Privat bilpooling – Faktorer som påverkar användandet

27	Alternativ	Hur ofta hyr du ut din bil?
28	Alternativ	Under hur lång tid hyr du oftast ut din bil?
29	Alternativ	Vad anser du främst behöver förbättras vid uthyrning av din bil?
30	Alternativ	Vad anser du främst behöver förbättras när du hyr en bil?
<b>Din inställning till privat bilpool</b>		
31	Alternativ	När du blev medlem i en privat bilpool, påverkade det då antalet resor med andra transportmedel? Bil/kollektivt/cykel/gång
32	Alternativ	Är du nöjd med den nuvarande tjänsten?
33	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att privata bilpooler är en användbar tjänst inom transportsektorn
34	Håller helt med/inte alls med	Jag tycker att användningen av en privat bilpoolstjänst passar min livsstil och mina vanor
35	Håller helt med/inte alls med	Jag kommer att fortsätta använda tjänsten privat bilpool i framtiden
36	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att privata bilpooler underlättar mina vardagliga ärenden
37	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att det är enkelt att använda tjänsten privat bilpool
38	Håller helt med/inte alls med	Jag anser att jag har de kunskaper som krävs för att använda privat bilpool
39	Håller helt med/inte alls med	Jag blev medlem i en privat bilpool eftersom människor i min närhet rekommenderade det
40	Håller helt med/inte alls med	Jag använder privat bilpool eftersom människor i min närhet använder tjänsten
<b>Avslutande frågor</b>		
41	Fritext	Är det något mer du vill tillägga eller kommentera?
42	Alternativ	Får vi kontakta dig för att ställa ytterligare frågor om ämnet?