



CAMPUS  
HELSINGBORG

Institutionen för service management  
och tjänstvetenskap

**Examensarbete för kandidatexamen**

# Att äga eller inte äga?

En studie kring människors inställning till bildning.

Emma Mellesmo Sebyhed

Ellinor Westesdotter

Antal ord: 13 308

Gruppenr: 15

Handledare:  
Josefine Östrup Backe

Examensarbete  
VT 2021

## **Förord**

*Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Josefine Östrup Backe, som varit till stor hjälp under uppsatsens gång. Vi önskar även att rikta ett stort tack till de respondenter som medverkat i våra intervjuer samt enkäter. Vi vill även rikta ett stort tack till Birgitta Martinsson och Ulla Urde som varit till stor hjälp under arbetets gång.*

*Tack vare dessa personer har vi lyckats klara av en intensiv period av uppsatsskrivande samt klarat av en examen i Service Management.*

*Emma Mellesmo Sebyhed & Ellinor Westesdotter*

*2021-05-26*

## **Abstract**

**Examensarbetets titel:** Att äga eller inte äga? En studie kring människors inställning till bildelning.

**Ämne/kurs:** KSMK65, Examensarbete för kandidatuppsats, 15 hp

**Författare:** Emma Mellesmo Sebyhed & Ellinor Westesdotter

**Handledare:** Josefine Östrup Backe

**Nyckelord:** Delningsekonomi, bildelning, konsumtionsbeteende, hållbarhet, normer, drivkrafter och barriärer

**Syfte:** Få en djupare förståelse för sambandet mellan normer kring hållbar konsumtion och delningsekonomi där bildelning tas upp som exempel. Syftet är att utforska inställningar som finns för människor i Sverige att använda sig av bildelningstjänster.

**Frågeställningar:** Vad har människor för inställning till bildelningstjänster och vilka barriärer och drivkrafter finns för att ingå i bildelningstjänster?

**Metod:** Studien bygger på en abduktiv ansats med ett konstruktionistiskt förhållningssätt. En kombinerad kvalitativ och kvantitativ metod där både semistrukturerade intervjuer och en enkätundersökning är genomförd. Det empiriska materialet består av fem semistrukturerade intervjuer mellan åldrarna 22 och 55 år, samt 126 enkätsvar.

**Teoretiska perspektiv:** Studien utgår från hållbarhetsperspektiv för att förstå konsumtionsbeteendet kring delningsekonomi mer specifikt bildelning.

**Resultat:** Studien har visat en positiv inställning till bildelning, dock är kunskapen begränsad. Ekonomiska faktorer väger tyngre än miljömässiga när det kommer till att dela. Inställning tycks inte påverkas av ålder utan snarare är det inkomstnivån som spelar roll. Bekvämlighet är viktig för människors transportval likaså är geografisk plats en avgörande faktor. Tekniken har identifieras som både en barriär och drivkraft. Studien visar också att det finns motstridiga resultat kring ägande.

# Innehållsförteckning

<b>Förord</b>	<b>1</b>
<b>Abstract</b>	<b>2</b>
<b>1. Inledning</b>	<b>4</b>
1.1 Problemdiskussion	5
1.3 Syfte	6
<b>2. Teoretisk referensram</b>	<b>7</b>
2.1 Konsumtionsbeteende	7
2.2 En norm att leva hållbart	8
2.3 Delningsekonomi - konsumtion utan ägarskap	9
2.3.1 En förändrad syn på biläggande	10
2.4 Sammanfattning	12
<b>3. Metod</b>	<b>13</b>
3.1 Metodval och tillvägagångssätt	13
3.2 Intervjuer	13
3.2.1 Urval	14
3.2.2 Trovärdighet	15
3.3 Enkätundersökning	15
3.3.1 Urval	16
3.3.2 Reliabilitet, validitet och replikerbarhet	17
3.4 Analysmetod	17
3.5 Etiska principer	18
<b>4. Resultat och analys</b>	<b>19</b>
4.1 Konsumtionsbeteendet påverkas av ekonomi	19
4.2 Ålder tycks inte påverka inställningen till bildelning	21
4.3 Bekvämligheten prioriteras	23
4.4 Tekniken som möjlighet och barriär	25
4.5 Att äga eller inte äga	27
4.6 Betydelsen av tillit för att ingå i bildelningstjänster	31
4.7 Inställning till bildelning	33
<b>5. Slutsatser</b>	<b>36</b>
<b>6. Diskussion</b>	<b>37</b>
6.1 Begränsningar och förslag till framtida forskning	38
<b>7. Källförteckning</b>	<b>39</b>
<b>8. Bilagor</b>	<b>42</b>
Bilaga 1: Intervjuguide	42
Bilaga 2: Missivbrev till deltagare i enkätundersökning	43
Bilaga 3: Enkätfrågor	44
Bilaga 4: Frekvenstabeller, korstabeller, Pearsons Chi-square och bakgrundsvariabler	48

# 1. Inledning

Under olika tidsperioder i historien har samhällets syn på konsumtion sett olika ut (Östberg & Kaijser, 2010:62). Konsumtionsbeteendet varierar mellan människor och påverkas av bakgrund, uppväxt och kulturellt sammanhang (Östberg & Kaijser, 2010; Östberg, Bengtsson & Hartmann, 2018). Människor påverkas också av normer som finns i samhället och idag har normen blivit att leva mer hållbart. I takt med en ökad kunskap kring klimatförändringar och miljöproblem har människor blivit medvetna om att konsumtionsbeteendet måste förändras (Soneryd & Ugglå, 2011). Östberg och Kaijser (2010:62) beskriver att vi befinner oss i en slags brytpunkt där en högkonjunktur och ohämmad konsumtion börjar bytas ut mot miljömedvetenhet eftersom masskonsumtion kan anses vara utdaterad. Det förändrade konsumtionsbeteende syns genom att resurser används mer effektivt, människors köper färre saker samt hushåll minskar sitt avfall (Paterson, 2018:272). Det förändrade konsumtionsbeteendet har gjort att fokus i allt högre grad riktats mot olika delningstjänster. Cheng (2016:61) beskriver att en debatt kring begränsade naturresurser tog fart i början av 2000-talet och denna debatt tillsammans med internets genombrott gjorde det möjligt att utnyttja resurser mer effektivt. Delningsekonomin blev en av många lösningar för att spara på miljön eftersom den till stor del handlar om att använda underutnyttjade resurser mer effektivt (Bocken, Jonca, Södergren & Palm, 2020:1).

Många är troligtvis bekanta med sajten Airbnb där privatpersoner hyr boende av varandra. Däremot tycks färre ägna sig åt bildelningstjänster och samåkning. Både dessa tjänster är exempel på något som idag benämns som delningsekonomi. Böcker och Meelen (2017:36) konstaterar att delningsekonomi inte kan tolkas som ett enhetligt fenomen, och de visar att människors motiv bakom delning skiljer sig åt beroende på vad det är som ska delas. Det finns olika sätt att definiera delningsekonomi på och vår utgångspunkt är Peeters, Dijkmans, Mitas, Strous och Vinkensteijn (2015:9) som definierar det så här:

*The sharing economy is a set of practices, models and platforms that, through technology and community, allows individuals and companies to, at least partly, share access to products, services and experiences. It includes non-profit and for-profit platforms that have emerged from an originally pure sharing economy, peer-to-peer and/or non-profit organisations (Peeters et al, 2015:9)*

Normen kring hållbarhet har alltså förändrat människors konsumtionsbeteenden och gjort att delningsekonomi blivit en trend, där bildelning är ett exempel. Bardhi och Eckhardt

(2012:884) beskriver att bildelningstjänster fått genomslag i städer vilket gjort att bilägande börjat omvärderas. Belk (2014:1599) menar att det skett ett skifte från “you are what you own” till “you are what you share”, vilket kan tyda på att vi är på väg in i nya konsumtionsbeteenden. Samtidigt som mycket tyder på att bildelning har ökat senaste åren så är antalet användare i Sverige dock fortfarande relativt lågt (Miljöbarometern, 2020). Att få fler att använda bildelningstjänster kan ha en positiv inverkan på miljön. Transportsektorn är nämligen en av de sektorer som har en hög andel växthusutsläpp (Arbeláez Vélez & Plepys, 2021:1). Bildelningstjänster kan vara en lösning som är gynnsam eftersom både bilar och gatututrymme används mer effektivt (Zillinger & Nilsson, 2019:5). Därmed vill vi få en djupare förståelse för människors inställning till bildelning i Sverige och utforska vilka drivkrafter och barriärer som kan tänkas ligga till grund för att använda bildelningstjänster.

## 1.1 Problemdiskussion

De senaste femtio åren har det funnits en norm i samhället om att vi ska leva individualistiskt vilket troligtvis påverkar vårt synsätt på konsumtion (Botsman & Rogers, 2011:69). Ägande och i synnerhet bilägande är djupt rotad i vår livsstil men nu sker ett skifte mot att man börjar tänka på hållbarhet snarare än att bara tänka på sitt eget bästa (Botsman & Rogers, 2011:70). Därför har gemensamt ägande och delningsekonomin fått ett uppsving eftersom det påstås ha positiva effekter på miljön. Om fler väljer att dela skulle det inte behöva produceras lika många nya bilar (Böcker & Meelen, 2017:28) eftersom studier har visat att bildelningstjänster lett till en minskning i ägandet av antal bilar (Arbeláez Vélez & Plepys, 2021:1). Bildelningstjänster gör också att bilar som annars skulle stått stilla kan användas av flera människor vilket gör att resurser utnyttjas mer effektivt (Böcker & Meelen, 2017:28). Att använda dessa tjänster har lett till att människor minskat antalet kilometer som körs per år och många har ersatt bilkörning med andra mer hållbara transportalternativ, som exempelvis gång, cykling och kollektivtrafik (Arbeláez Vélez & Plepys, 2021:1).

Tidigare forskning om bildelningstjänster lyfter fram olika aspekter. Tkaczyk och Awdziej (2019:6) belyser att de största användarna av bildelning både i Europa och USA främst är män i 35-45 årsåldern. En annan aspekt visar att det finns skillnader i vad höginkomsttagare är villiga att dela med andra och människor med högre inkomst delar i lägre utsträckning (Fremstad, 2017). Ytterligare en aspekt av forskningen belyser människors motiv till bildelning. Hartl, Sabitzer, Hofmann och Penz (2018:89) menar att den främsta anledningen

till att människor väljer att dela bilar inte handlar om miljömässiga skäl. Det tycks snarare vara andra motiverande faktorer som ligger bakom, exempelvis ekonomiska skäl (Ibid.).

Arbeláez Vélez och Plepys (2021) beskriver att det gjorts forskning om bildelning i flera europeiska länder. Forskningen i Sverige är däremot mer begränsad. De studier som är gjorda i en svensk kontext visar att bildelning främst är populärt i storstäderna (Bocken et al., 2020). Statistik sedan 2011 visar att antalet medlemmar i bilpooler har ökat för varje år (Miljöbarometern, 2020). Även om fler börjar använda bildelning finns det samtidigt en trend i städer kring privat bilägande (Bocken et al., 2020:16). Vilket är en aspekt som Belk (2014:1599) belyser då han förklarar att ägande fortfarande är en viktig del i att uttrycka vem man är. Denna synen på ägarskap kan därmed bidra till att människor inte är benägna att ingå i bilpooler.

Samtidigt som den finns en strävan efter hållbarhet i vårt samhälle idag så tycks det alltså i många kretsar fortfarande finnas en stark norm att äga sin egen bil trots dess negativa konsekvenser för miljön som majoriteten är medvetna om. Att få fler människor att ingå i bilpooler kan leda till minskade utsläpp och ett minskat behov av parkeringsplatser (SOU, 2017:24). Genom att utforska normer kring bildelning, hållbarhet och konsumtionsbeteende är vår ambition därmed att ur ett konsumentperspektiv undersöka inställningen som finns till användningen av bildelning. Med bakgrund i denna problemdiskussion önskar vi öka förståelsen kring människors vilja att gå med i bildelningstjänster i en svensk kontext.

### **1.3 Syfte**

Genom att använda teorier kring konsumtionsbeteende vill vi få en djupare förståelse för sambandet mellan normer kring hållbar konsumtion och delningsekonomi där bildelning tas upp som exempel. Syftet är att utforska inställningar som finns för människor i Sverige att använda sig av bildelningstjänster. För att uppfylla syftet har vi tagit utgångspunkt i följande frågeställningar:

- Vad har människor för inställning till bildelningstjänster?
- Vilka drivkrafter och barriärer finns för att ingå i bildelningstjänster?

## 2. Teoretisk referensram

I följande del beskrivs teorier om *konsumtionsbeteende* och *normer om hållbarhet* som senare kommer användas för att analysera det empiriska materialet. Fortsättningsvis beskrivs *delningsekonomi* och *bildelning* tas upp som exempel.

### 2.1 Konsumtionsbeteende

Konsumtionsbeteende handlar om vad som får oss att konsumera på ett visst sätt och det bygger på sociala och kulturella processer (Östberg & Kaijser, 2010, Soneryd & Uggla, 2011). Förr konsumerade man främst på grund av funktionella behov medan idag tenderar människor att konsumera för att passa in (Östberg et al., 2018:96). Konsumtionen spelar roll för vår personliga och sociala identitet. I ett individualiserat samhälle där jaget står i centrum söker individen efter att skapa mening och sammanhang (Jonsson, Stoopendahl & Sundström, 2015:81; Soneryd & Uggla, 2011). Genom att konsumera kan vi skapa denna mening och förverkliga oss själva (Ibid.). Hur vi väljer att konsumera beror till stor del på bakgrund, umgängeskrets och vilken plats man bor på (Östberg & Kaijser: 2010:56). De skillnader som finns i resurser och status mellan olika grupper i samhället gör att våra handlingsmönster ser olika ut (Soneryd & Uggla, 2011:51). Östberg och Kaijser (2010:78) beskriver hur människor påverkas av normer som råder i samhället och att vi följer regler på ett omedvetet sätt. Sysslor vi utför i vardagen sker ofta utan någon vidare eftertanke (Soneryd & Uggla, 2011:50). Detta kan ses som ett rutinmässigt handlande, vilket gör att invanda konsumtionsbeteenden blir svåra att förändra. När vi ska köpa något nytt går konsumenter genom en köpprocess där de inhämtar information om produkten (Jonsson et al., 2011:28-29). Köpprocessen i dagens digitaliserade samhälle är inte en enkel och rationell process utan ofta pågår flera olika komplexa köpprocesser där konsumenten inhämtar och jämför produkter från olika kanaler (Ibid.).

Konsumtion är en nödvändighet men kan också fungera som ett sätt att uttrycka status (Soneryd & Uggla, 2011:50). Genom vår konsumtion kan vi kommunicera våra preferenser och social status till omvärlden (Jonsson et al., 2015; Paterson, 2018:27). Ens konsumtion blir ett sätt att bygga identitet och uttrycka vilken samhällsgrupp man vill tillhöra (Östberg & Kaijser, 2010:78). Konsumtion är inte något som sker frikopplat från ett socialt sammanhang, utan vi påverkas av strukturer och normer som finns i samhället (Soneryd & Uggla, 2011:61-62). Detta gör att den sociala statusen är något som kan förändras över tid hos

individerna (Campos, Suarez, do Nascimento & Molica, 2015:327). De strukturer som finns runtomkring oss både möjliggör och begränsar på vilket sätt vi uttrycker och skapar vår sociala status (Soneryd & Ugglå, 2011:61-62). Vi uttrycker vilka vi vill vara i relation till andra (Ibid.) och ett sätt att uttrycka social status är exempelvis genom vilken bil man väljer att köpa (Campos et al., 2015:327).

Under olika tidsperioder i historien har normer och tankeströmningar sett olika ut. Inställningen till konsumtion är ibland mer positiv och ibland uttrycks mer kritiska tankar (Östberg & Kaijser, 2010:62). I och med att konsumtion fungerar som ett sätt att uttrycka identitet och status har masskonsumtion länge varit den logik som dominerar i samhället och människor strävar efter att vilja ha mer (Östberg & Kaijser, 2010:30). Östberg och Kaijser (2010) påpekar dock att det inte finns enbart en logik som dominerar i samhället utan oftast kan man urskilja motstridiga budskap. Från flera håll beskrivs att vi har nått en brytpunkt där masskonsumtion och slöseri håller på att bytas ut mot miljömedvetenhet och återanvändning (Östberg & Kaijser, 2010:62-63). Skiftet har medfört en förändring i människors konsumtionsbeteende och vi delar saker i allt större utsträckning. Teorier kring vad som driver konsumtionsbeteendet är av relevans för att förstå människors inställning till delningsekonomi.

## **2.2 En norm att leva hållbart**

År 1972 fick begreppet hållbar utveckling allmän spridning och definitionen lyder: ”Hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.” (FN-förbundet, 2012). Men många gånger används endast begreppet hållbarhet och i vår studie använder vi både begreppen hållbarhet och hållbar utveckling men syftar ändå på ovanstående definition. Det var först runt 2000-talets början som debatten kring miljön och begränsade naturresurser tog ordentlig fart (Cheng, 2016:61). Idag beskrivs att människor använder resurser och naturtillgångar på ett sätt som leder till miljöförstöring och miljöproblem (Becken & Hay, 2012, Soneryd & Ugglå, 2011). Exempelvis beskrivs att temperaturen på jorden ökat som en följd av utsläpp av växthusgaser, vilket i sin tur medför förändringar i klimatet som leder till extremt väder som stormar, översvämningar och andra väderrelaterade fenomen (Becken & Hay, 2012).

Förändringar i klimatet har gjort att miljön fått uppmärksamhet på en samhällelig nivå. Synen på miljöproblem har förändrats över tid och i slutet av 1900-talet börjar miljön ses som ett

komplex och gränsöverskridande problem vilket gjort att både internationellt och lokalt engagemang behövs (Soneryd & Ugglå, 2011:20). Den ökade kunskapen kring klimatförändringar och miljöproblem har gjort människor uppmärksamma på att vi måste förändra vårt konsumtionsbeteende (Soneryd & Ugglå, 2011). Från olika håll i samhället har därmed hållbarheten fått mycket fokus, exempelvis har politiker, organisationer, företag och forskare alla haft en påverkan i att etablera och införliva miljöfrågor i samhället (Ibid.). Miljöfrågans fokus har skiftat från miljöovänlig produktion till miljövänlig konsumtion och i samband med debatten har det skett en ansvarsförskjutning från staten till individen (Soneryd & Ugglå, 2011:35). Som en följd av detta håller normen kring masskonsumtion på att bytas ut mot en mer miljömedveten konsumtion (Östberg & Kaijser, 2010:62-63). Detta gör att människor sakta håller på att omdefiniera vad som är viktigt i våra liv och hur vi balanserar egenintresse med samhällets bästa (Botsman & Rogers, 2011:69-70). Miljömedvetenheten som fått allt större plats uttrycks bland annat i form av att människor köper mindre, producerar mindre avfall samt lånar saker av varandra (Soneryd & Ugglå, 2011; Paterson, 2018), vilket kan ses som att konsumtionsbeteendet har förändrats för många. Hållbarhet kan ses som ett funktionellt sätt att skapa värde som påverkar och motiverar konsumentens val (Hartl et al., 2018:90). I takt med att masskonsumtionen håller på att bytas har ett skifte skett mot ett ökat fokus på delningsekonomi. Att äga har börjat ifrågasättas allt mer och det är inte längre en självklarhet att köpa allt man behöver eftersom delningsekonomin idag möjliggör konsumtion utan att ägarskap.

### **2.3 Delningsekonomi - konsumtion utan ägarskap**

Delningsekonomi blev ett svar på debatten kring hållbarhet och begränsade naturresurser, vilket har lett till förändrade konsumtionsbeteenden (Cheng, 2016). Delningsekonomi möjliggör ett mer effektivt utnyttjande av resurser, därför anses det vara en av många lösningar på miljöproblemen (Botsman & Rogers, 2011). Till en början var delningsekonomi inget som människors använde för att tjäna pengar på, exempelvis var couchsurfing och Freecycle två populära gratistjänster (Cheng, 2016:61). Idag finns många fler delningstjänster med vinstdrivande syfte som exempelvis Airbnb, Uber och Zipcar. Det finns ingen entydig och gemensam definition av begreppet delningsekonomi. Zillinger och Nilsson (2019:3) beskriver att det inte heller kommer dyka upp någon gemensam definition utan att man snarare bör fokusera på att förstå begreppets mångfald. Främst används orden delningsekonomi och kollaborativ konsumtion för att beskriva fenomenet.

Att dela är inget nytt fenomen men teknikens utveckling har möjliggjort delningsekonomin (Belk, 2014). Förr delade man enbart saker med människor i sin närhet men skillnaden är att vi idag kan välja att dela saker även med främlingar (Zillinger & Nilsson, 2019, Belk, 2014:1595). Att delta i delningsekonomin förutsätter dock att man har tillgång till internet (Belk, 2014) samt teknisk kunskap (Shaheen et al., 2012:72). Förutom den tekniska utvecklingen är även tillit mellan människor en förutsättning för att delningsekonomin ska fungera (Ert & Fleischer, 2019:279; Möhlmann, Teubner & Graul, 2019:290). För att skapa denna tilliten används ofta tekniska lösningar i form av betygssystem där människorna kan skriva omdömen och betygätta varandra (Belk, Eckhardt & Bardhi, 2019:4).

Forskare är överens om att internets utveckling starkt har bidragit till delningsekonomin framväxt (Belk, 2014; Botsman & Rogers, 2011; Cheng, 2016; Böcker & Meelen, 2017). Genom internet möjliggörs att konsumenter kan få tillgång till objekt eller nätverk som de annars kanske inte hade haft råd att äga (Bardhi & Eckhardt, 2012:881). Fremstad (2017) menar att inkomstnivån kan spela en roll för hur vi ser på delningsekonomin. Även Botsman och Rogers (2011:70) menar på att människor ser på delningsekonomi på olika sätt och därmed har de även olika sätt att delta i denna typen av konsumtion. Författarna beskriver att sättet att dela saker på kan skilja sig mellan olika generationer. Den yngre generationen är idag uppväxta med delningsekonomi vilket gör att de är mer vana vid denna typen av konsumtion (Ibid.). Fremstad (2017:614) beskriver att normer i samhället påverkar människors syn på delningsekonomi. Eftersom delningsekonomi ses som ett hållbart alternativ kan detta göra människor motiverade att dela med andra (Böcker & Meelen, 2017). Delningsekonomin framväxt tillsammans med normer kring hållbarhet har lett till ett förändrat konsumtionsbeteende där människor idag börjar ifrågasätta ägande.

### **2.3.1 En förändrad syn på bilägande**

Bildelning är en form av delningsekonomi som innebär att konsumenten får tillgång till en bil under en kortare period genom att betala en avgift (Bardhi & Eckhardt, 2012:882). Tjänster som Zipcar och Car2go är två exempel på bildelningstjänster (Belk, 2014:1597). Cheng (2016:60) beskriver att förändrad konsumtionsbeteende kring ägarskap tillsammans med tekniska lösningar gör det möjligt att ha tillgång till en bil utan att behöva äga den. Utifrån ett hållbarhetsperspektiv har normen kring ägande och masskonsumtion förändrats. I och med att transporter kan ha en negativ miljöpåverkan ses bildelning som ett mer hållbart alternativ (Arbeláez Vélez & Plepys, 2021:1). Idag används den genomsnittliga bilen cirka åtta procent

resten av tiden står den stilla och tar både plats och kostar pengar (Shaheen et al., 2012:76). Genom att människor använder sig av bilpooler kan både plats och bilar utnyttjas mer effektivt och en bilpoolsbil uppskattas kunna ersätta cirka 9-13 privatägda bilar (Shaheen et al., 2012:3). Studier har visat att bildelningstjänster lett till en minskning av bilägande samtidigt som det bidrar till att människor väljer andra mer hållbara transportalternativ (Arbeláez Vélez & Plepys, 2021:1). Dessa förändringar i resvanor leder i sin tur till en minskning av utsläpp från transporter (Ibid.). I Sverige används bildelning främst i större städer som Stockholm, Göteborg och Malmö (Bocken et al., 2020).

I Sverige är antalet användare av bildelning relativt lågt vilket kan tänkas bero på att kollektivtrafik och cykling är bra och billiga alternativ på många ställen runt om i landet eftersom städerna satsar mer på att utveckla dessa alternativ (Bocken et al., 2020:16). Hall, Le-Klähn och Ram (2017:72) belyser att människor gärna väljer det som är enklast och bekvämast. Tkaczyk och Awdziej (2019:11) tar upp att informationen och tillgången till bilarna kan vara en barriär för människor att använda dessa tjänster idag. Allt fler delar bilar för att slippa kostnader som bilägandet medför medan andra delar av miljömässiga skäl (Tkaczyk & Awdziej, 2019:7; Bardhi & Eckhardt, 2012:885). Likaså kan människor välja att dela eftersom de inte har plats i hemmet för att äga allt (Bardhi och Eckardt, 2012:881) Forskning visar att miljön tycks vara viktigare för höginkomsttagare och högutbildade vilket förklaras genom att deras grundläggande behov redan är tillfredsställda (Böcker & Meelen, 2017:31). Belk (2014:1597) menar att den yngre generationen är mer villiga att dela bilar eftersom de gärna vill slippa de extra utgifterna som bilägandet medför så som exempelvis underhåll, besiktning och parkering. Även Hartl et al. (2018:89) bekräftar att ekonomiska skäl är en av de främsta anledningarna till att människor väljer att dela bilar.

Att äga en bil kan fungera som en statusmarkör (Bardhi & Eckhardt, 2012:883; Östberg et al., 2018:33) och bilen är en viktig del i många kulturer idag (Campos et al., 2015:324). Ofta köper vi bilar beroende på vem vi är och skapar starka relationer till bilarna vilket kan symbolisera en känsla av konsumentidentitet (Bardhi & Eckhardt, 2012:886). Exempelvis kan man då tänka sig att vissa köper en Porsche för att signalera en viss identitet och status. Medans andra köper en elbil för att uttrycka en annan identitet. Samtidigt som en tredje person köper en bil av rent funktionella behov som att kunna ta sig till och från jobbet. Bardhi och Eckhardt (2012:881) beskriver att ägarskap idag inte längre är något eftersträvt i vissa kretsar. De senaste åren har bildelning blivit allt mer populärt då det anses vara hippt,

ekonomiskt smart och hållbart att dela bil med andra (Botman & Roger, 2011:113). Med bakgrund av diskussionen kring hållbarheten blir det intressant att undersöka om människors inställning till bildelning påverkas av denna normen.

## **2.4 Sammanfattning**

Miljödebatten som pågår i samhället har påverkat människors konsumtionsbeteende. Ägande och i synnerhet bilägande är en del av vår livsstil. Samtidigt har en förändring redan satts igång eftersom människor börjar omvärdera ägandeskap. Vissa forskare menar att hållbarhet är en viktig drivkraft för oss människor, medan andra pekar på att vårt konsumtionsbeteende är en mer betydelsefull faktor. Teorier kring just konsumtionsbeteende och normer kring hållbarhet blir på så sätt relevanta för att kunna besvara studiens frågeställningar. Med hjälp av dessa begrepp vill vi rikta fokus mot en svensk kontext för att ta reda på vilka drivkrafter och barriärer som finns för människor att ingå i bildelningstjänster. Med bakgrund av den rådande hållbarhetsnormen som finns i samhället söker vi förståelse för människors konsumtionsbeteende i samband med delningsekonomi och söker en djupare förståelse kring de inställningar som finns för att ingå i bildelningstjänster.

### **3. Metod**

I följande kapitel beskrivs studiens tillvägagångssätt. Utgångspunkten är en kombinerad metod med intervjuer och enkäter som beskrivs i följande kapitel. Vidare diskuteras urval samt analysmetod. Sedan förs en diskussion kring studiens kvalitet för att sedan avslutas med etiska principer som tagits i beaktande.

#### **3.1 Metodval och tillvägagångssätt**

Studien har ett abduktivt angreppssätt vilket Alvehus (2019:113) beskriver som att man växlar mellan teori och empiri för att låta ny förståelse växa fram under processens gång. Vi började med att utgå från teori men vid analys av det empiriska materialet har nya förståelser och infallsvinklar uppkommit. Studien har ett konstruktionistiskt förhållningssätt vilket Bryman (2018:58) beskriver som en ontologisk ståndpunkt. Förhållningssättet innebär att det inte finns någon objektiv kunskap utan människor konstruerar kunskap i interaktion med omvärlden (Ibid.). Syftet med studien är att skapa en förståelse för människors inställning till bildelning därför lämpade sig det konstruktionistiska förhållningssättet.

Vi har valt att kombinera två metoder då Barmark och Djurfeldt (2020:20-21) beskriver hur man kommer kunna få svar man annars inte kunnat få. De metoder som vi valt att kombinera är intervjuer som är kvalitativa som sedan kompletteras med enkäter som är en kvantitativ metod. I huvudsak används kvalitativa intervjuer för att kunna få en djupare förståelse kring människors inställningar till att använda sig av bildelningstjänster. Kvale och Brinkmann (2014:30) beskriver att intervjuer är en bra metod att använda för att få en ökad förståelse kring människors livsstil och konsumtionsbeteende. Intervjuerna kompletteras med en kvantitativ metod vilket innebär att forskaren samlar in kvantifierbar data för att kunna mäta och hitta samband (Bryman, 2018:215). Risken finns att man missar viktiga infallsvinklar från individens egen verklighet om man enbart gör kvantitativa metoder (Ibid.). En kombinerad metod gör det enklare att dra slutsatser om vilka samband som finns och hitta orsakerna som ligger bakom (Barmark & Djurfeldt, 2020:21).

#### **3.2 Intervjuer**

Vi valde att göra fem semistrukturerade intervjuer som enligt Bryman (2018:260) innebär att man utgår från några teman med ett fåtal öppna frågor. På så sätt får respondenten möjlighet

att påverka intervjuens innehåll (Alvehus, 2019:87). Varje intervju varade i cirka 60 minuter och tre av fem intervjuer skedde över zoom på grund av spridningen av Covid-19 som pågår i världen vid detta tillfälle. Eftersom studiens syfte delvis är att få en djupare förståelse kring människors konsumtionsbeteenden gällande bildelning så lämpar sig kvalitativa intervjuer.

Vid förberedelser av intervjuerna har vi utgått från Kvale och Brinkmann (2014:141) som beskriver olika stadier vid en intervjuundersökning. Vi började med att formulera olika teman för att se till att vi verkligen kunde få svar på våra frågeställningar genom vår intervjuguide något som Kvale och Brinkman (2014:148) menar kan vara av värde för att synliggöra syftet med studien. De olika teman som valdes handlade om personens bakgrund, frågor kring transportvanor och delningsekonomi med fokus på bildelning. En intervjuguiden tillåter den intervjuade personen få större utrymme att förmedla det som den anser är viktigt (Bryman, 2018:561), vilket gav oss fylliga och varierande svar mellan de intervjuade personerna.

Under intervjuerna var det i huvudsak en av oss som styrde intervjun medan den andra antecknade och flikade in om det dök upp intressanta sidospår som kunde vara av värde att diskutera mer utförligt. För att kunna fokusera fullt ut på intervjun rekommenderar Kvale och Brinkman (2014:218) att spela in intervjuerna, något som vi bad respondenterna om lov att få göra. Till en början utfördes en pilotintervju för att testa så frågorna fungerade som ett bra underlag till syfte och problemformulering. Därefter reviderades vissa frågor och andra frågor lades till som vi ansåg relevanta för att kunna besvara vår frågeställning.

### **3.2.1 Urval**

Den första personen som valdes ut är en i vår närhet som fungerade som en pilotintervju, för att testa om intervjun fungerade väl. Bryman (2018:332) menar på att en pilotintervju är av betydelse för att se över ifall förändringar behöver göras i intervjuguiden. För att få tag i övriga intervjupersoner gjordes ett bekvämlighetsurval som enligt Trost (2010:140) innebär att man tar det man hittar. I enkäten fanns en fråga som löd "Kan du tänka dig att ställa upp i en intervju?" där respondenterna kunde skriva sin mejladress om de kunde tänkas sig att medverka. Utifrån de personer som lämnat mejladress, valdes fyra personer från olika åldrar och bakgrund vilket vi ansåg var relevant för att fånga in olika personers inställningar. Genom att välja personer i olika åldrar och om person har bil eller inte gör att vi kan få ett bredare perspektiv för att kunna hitta likheter och skillnader mellan grupperna. I tabell 1 finns en sammanställning av intervjupersonerna, deras ålder, om de äger en bil samt datum då

intervjun ägde rum. I fortsättningen kommer våra intervjupersoner benämnas IP 1-5 efter den ordningen de blev intervjuade.

*Tabell 1. Sammanställning av respondenter som intervjuats*

<b>Respondent</b>	<b>Ålder</b>	<b>Bilagare</b>	<b>Datum</b>
Intervjuperson 1 (IP1)	23		2021-04-21
Intervjuperson 2 (IP2)	52	X	2021-04-28
Intervjuperson 3 (IP3)	22	X	2021-04-29
Intervjuperson 4 (IP4)	24		2021-05-07
Intervjuperson 5 (IP5)	55	X	2021-05-08

### **3.2.2 Trovärdighet**

För att säkerställa studiens kvalitet har vi utgått från Brymans (2018) kriterier kring trovärdighet, överförbarhet och pålitlighet. Trovärdighet handlar om att forskaren tolkar och beskriver respondenternas verklighet i enlighet med respondenternas egna upplevelser (Bryman, 2018:467). För att skapa trovärdighet har vi ställt uppföljande frågor för att försäkra oss om att intervjupersonernas svar tolkats på ett korrekt sätt. Överförbarhet handlar om att studien ska vara möjlig att överföra till en annan kontext (Bryman, 2018:468). För att andra forskare ska kunna avgöra huruvida studien är överförbar har vi varit noga med att definiera vad vi menar med konsumtionsbeteende, hållbarhet och delningsekonomi. Pålitlighet innebär att forskaren redogör för alla faser i forskningsprocessen (Bryman, 2018:468). För att uppfylla kravet om pålitlighet har vi genomgående varit transparenta i hur forskningsprocessen har gått till. Vi har redogjort för tillvägagångssätt, urval och analysmetod, dessutom har intervjuguiden lagts till som bilaga. För att ytterligare stärka studiens trovärdighet har vi valt att kombinera metoder eftersom Bryman (2018) beskriver att det är fördelaktigt för att dubbelkontrollera resultat från både kvalitativa och kvantitativa undersökningar.

### **3.3 Enkätundersökning**

För att reda ut vad människor har för inställning till bildelning blev en kvantitativ undersökning relevant. Trost och Hultåker (2016:23) bekräftar att den kvantitativa metoden

lämpar sig för att besvara frågor som handlar om hur ofta och hur många. Enkäterna kompletterar, stödjer och ifrågasätter saker som intervjupersonerna sagt vilket gör resultatet mer trovärdigt. Likaså har enkäterna möjliggjort att hitta samband vilket Barmark och Djurfeldt (2020) belyser är en fördel med enkäter. Innan enkäten skickades ut fick fem personer besvara och kommentera den för att se ifall någon fråga kunde missuppfattas eller vara svår att förstå. Detta gjordes för att säkerställa att oklarheter inte skulle dyka upp eftersom respondenterna inte hade någon de kunde fråga (Byrman, 2018:332). Vi mätte även hur lång tid det tog att besvara frågorna för att kunna inkludera tiden i missivbrevet (bilaga 2). Efter att de fem personerna besvarat enkäten korrigerades och förtydligades vissa frågor innan den skickades ut. Trost och Hultåker (2016:111) belyser vikten av att i missivbrevet informera om syfte, vart man kommer ifrån, att enkäten är anonym samt bifoga kontaktuppgifter, vilket är viktiga punkter som vi utgick från när missivbrevet utformades. Enkäterna blev tillgängliga att svara på den 22 april 2021 och stängdes ner den 5 maj 2021. De lades ut via sociala medier och vi fick in 126 svar. Trost och Hultåker (2016) beskriver vikten av enkelhet som en fördel. Därmed skapades enkäten via Google Forms som är ett program som är tillgängligt och enkelt att använda. Enkäten bestod av 50 frågor indelade i sex olika sektioner med bakgrundsfrågor, transportmedel, delningsekonomi, bilpooler, självuppfattning och några avslutande frågor. I slutet av enkäten fanns en öppen fråga som tillät respondenterna skriva ner egna tankar och kommentarer.

### **3.3.1 Urval**

När vi skickade ut enkäterna använde vi oss av ett bekvämlighetsurval. Ett bekvämlighetsurval innebär exempelvis att man lägger ut enkäterna lite varstans (Trost & Hultåker, 2016:32), i vårt fall lades enkäterna ut på våra sociala medier och de har sedan delats vidare av flera personer. Ett bekvämlighetsurval är inte alltid optimalt när enkäter skickas ut då svaren inte blir representativa exempelvis kanske respondenterna bor inom ett begränsat geografiskt område vilket gör det svårt att applicera på andra städer (Bryman, 2018:216). I vårt fall kunde vi se att majoriteten av de som besvarat enkäten var studenter som bor i södra Sverige, i åldersgruppen 18-25 år, därmed kunde inte några generaliseringar göras. I och med att de flesta som svarat på enkäten inte har så stort behov av bil hade ett annat urval av population kunnat ge ett annat resultat än det vi fått fram. Trots att urvalet inte var möjligt att generalisera fungerade enkäterna ändå som ett komplement till de kvalitativa intervjuerna. Intervjusvaren blev mer pålitliga med enkäterna som komplement.

### **3.3.2 Reliabilitet, validitet och replikerbarhet**

Reliabilitet handlar om hur pålitlig studien är och att man ska få samma resultat om man gör en ny mätning (Trost, 2010:131). I enkäten har frågorna formulerats på ett enkelt och tydligt sätt. För att säkerställa att enkätfrågorna är lättförståeliga har testpersoner fått utföra enkäten innan publicering. Trost och Hultåker (2016:63) menar att det är viktigt för att säkerställa reliabiliteten i undersökningen. Validitet handlar om att mäta rätt saker (Trost & Hultåker, 2016:63). Genom att gå igenom enkätfrågorna och hela tiden ha frågeställningar och syfte i åtanke, säkerställdes att frågorna mätte rätt saker. Replikerbarhet handlar om att studien ska vara möjlig att replikera, vilket innebär att en annan forskare ska kunna genomföra studien på samma sätt och få samma resultat (Bryman, 2018:72). Vi har genomgående varit transparenta i tillvägagångssätt samt bifogat enkätfrågor för att andra ska kunna replikera studien. Dock publicerades enkäten på våra sociala medier vilket gör att studiens urval har baserats på vårt kontaktnät vilket innebär att en annan forskare kanske hade fått ett annorlunda resultat. Dock är studien av betydelse eftersom den kunnat bidra med insiktsfull kunskap kring det urval som gjorts. Samtidigt som det även kan leda till mer forskning inom området som kan styrka eller förkasta resultatet i studien.

### **3.4 Analysmetod**

Efter alla intervjuer var gjorda påbörjades transkribering, Alvehus (2019:89) menar att transkriptionen blir ett första steg i analysen. Rennstam och Wästerfors (2015:103) belyser vikten av att skapa ordning och sortera materialet vilket vi gjorde efter transkriberingen var klar för att få en bättre överblick. Genom att utgå från teoretiska begrepp om hållbarhet och konsumtionsbeteende hittades intressanta och relevanta citat och beskrivningar från intervjuerna som valdes ut för att analyseras. Eftersom forskaren ofta har ett stort material måste det också reduceras och det som är relevant väljs ut (Ibid.). När vi gick igenom de transkriberade intervjuerna framträdde ytterligare kategorier och teman som vi markerade i olika färger för att kunna använda dessa som utgångspunkt för analysen. Rennstam och Wästerfors (2015:105) menar att kategorisering kan hjälpa till att få fram teoretiskt intressant material.

Enkätsvaren har analyserats med hjälp av univariat och bivariat analys. Univariat analys innebär att man analyserar en variabel i taget (Bryman, 2018:411). Bivariat analys innebär att man hittar samband mellan två variabler (Barmark & Djurfeldt, 2020:131). För att kunna

göra bivariat analys har enkätsvaren sammanställts i SPSS (version 27). Skalnivån avgör vilken typ av analys som lämpar sig bäst (Ibid.). Eftersom studiens syfte var att ta reda på människors inställning till bildelning har variabler valts ut som mättes på nominalskala vilket innebär att variablerna inte gick att rangordna utan endast grupperas (Bryman, 2018:410). Barmark och Djurfeldt (2020:136) beskriver att korstabellsanalys är ett bra alternativ när man har nominalskalor. Därmed användes korstabeller för att hitta samband mellan variabler. Vissa variabler har slagits samman som är likvärdiga, exempelvis har instämmer helt och instämmer till viss del slagits samman vilket Barmark och Djurfeldt (2020:137) beskriver att man kan göra för att få en överskådlig korstabell samtidigt som man säkerställer att antalet respondenter i en kategori inte blir för litet. Efter att ha gjort korstabeller utfördes även Pearson's chi-square för att säkerställa sambandet. Barmark och Djurfeldt (2020:134) beskriver att Pearson chi-square används för att testa signifikansnivå vilket testar hur säkra vi kan vara på att sambandet finns i populationen. Vårt urval kunde anses vara lågt då respondenterna var 126 stycken, därmed måste sambandet vara starkt för att bli signifikant. Vilket gjorde att inga generaliseringar till större population blev möjligt, men enkäterna har fortfarande fungerat som ett komplement till intervjuerna.

### **3.5 Etiska principer**

Vid studier är det viktigt att ha etiska principer i åtanke, Bryman (2018:170) skriver om samtyckeskravet som innebär att personerna som deltar i studien själva ska godkänna sin medverkan. Intervjupersonerna som deltagit i studien hade alla blivit tillfrågade om de vill medverka, personerna hade också fått information om att de fick avbryta studien. Personerna hade också informerats om studiens syfte och att studien kommer publiceras för allmänheten därmed uppfylldes det som Bryman (2018:170) benämner som informationskravet. Alla fem intervjuer har spelats in med mobiltelefon för att kunna lyssnas på i efterhand, personerna har blivit informerade och godkänt att samtalet spelades in. Vi har behandlat materialet med konfidentialitet som är ytterligare en av de etiska principerna vilket innebär att materialet förvarades på ett säkert sätt. Även nyttjandekravet uppfylldes som enligt Bryman (2018:171) innebär att det insamlade materialet endast används i det syfte som det är sagt att göra. Intervjupersonerna har i studien anonymiserats genom att deras riktiga namn har bytts ut för att skydda de intervjuade.

## 4. Resultat och analys

I följande kapitel analyseras intervjuer och enkätsvar utifrån *konsumtionsbeteende* och normer kring *hållbarhet* som beskrivs i kapitel två. Genomgående utforskas vilken inställning respondenterna har till bildelning samt vilka drivkrafter och barriärer som finns.

### 4.1 Konsumtionsbeteendet påverkas av ekonomi

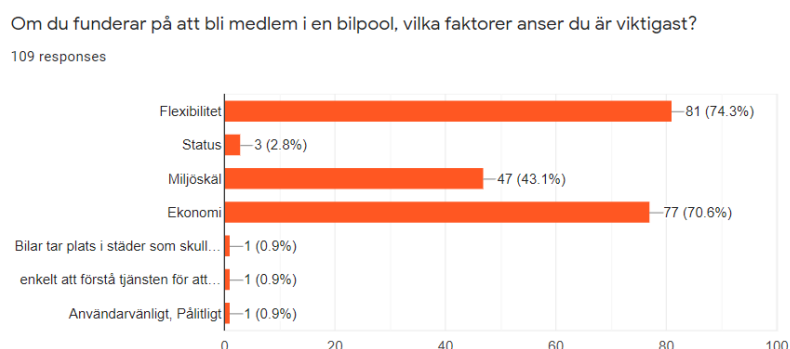
I följande del diskuteras människors konsumtionsbeteende utifrån en ekonomisk aspekt. I avsnittet diskuteras även människors strävan efter att vara miljömedvetna och hur detta kan ses som en drivkraft för att gå med i bildelningstjänster.

Som Östberg och Kaijser (2010:62-63) lyfter att det har skett ett skifte mot en mer medveten konsumtion, där människor börjar återanvända istället för att köpa nytt. Paterson (2018:272) beskriver att den medvetna konsumtionen kan ses i form av att människor återanvänder saker samt att de minskar sitt avfall. Denna tendens kommer till viss del fram i det empiriska materialet på så sätt att respondenterna har en medvetenhet kring miljön. Flera beskriver att de inte köper så mycket saker samt att de återvinner och det verkar finnas en strävan efter att vara mer miljömedveten. Men samtidigt tycks ekonomin vara en faktor som väger tyngre i människors konsumtionsval. I följande citat synliggörs att ekonomin är en viktig del:

*Jag skulle nog kolla båda alternativen. Så skulle jag se vad som blir billigast för mig? I vilken utsträckning behöver jag en bil? Jag skulle nog göra en kalkyl i alla fall och jämföra alternativen, innan jag bara går och väljer ett. (IP 1)*

Den ekonomiska aspekten blir särskilt intressant att belysa eftersom intervjupersonen beskriver sig själv som en miljömedveten person som äter vegansk kost och handlar second hand. Visserligen har intervjupersonen cykel eller gång som sitt huvudsakliga transportsätt men det kan förklaras utifrån att hon bor på en central plats med närhet till exempelvis matbutik och vardaglig sysselsättning. Men utifrån ovanstående citat blir det tydligt att ekonomin tycks vara det viktigaste, vilket visar på att ekonomin kan vara en barriär för människor att gå med i en bilpool. Tkaczyk och Awdziej (2019:7) bekräftar att höga kostnader för bilägande är en anledning till att människor väljer bilpooler istället för att äga sin egen bil. I de insamlade enkätsvaren bekräftas även att de viktigaste anledningarna till varför människor skulle gå med i en bilpool har att göra med flexibilitet och ekonomi (figur

1). Detta är i linje med Hartl et al. (2018:89) som beskriver att miljön ofta är en bonus snarare än den huvudsakliga anledningen till att människor ingår i en bilpool.



Figur 1. Faktorer som är viktiga vid beslut att gå med i bilpool

Under intervjuerna framgår det att personerna inte verkar veta vad det kostar att vara med i en bilpool. Trots detta säger IP 5 som har företagsbil, att det är ett bättre och billigare alternativ än att ingå i bilpool. IP 4 svarar att han inte heller vet vad det kostar att vara med i en bilpool. Ändå uttrycker han att det inte är värt ur ekonomisk aspekt. Även här blir det tydligt att de ekonomiska fördelarna tycks vara det som väger tyngst och miljön verkar inte vara en prioritet, vilket också blir tydligt i figur 1 där vi kan se att miljön hamnar på en tredjeplats. Likaså uttrycker IP 2 en vilja och strävan efter att vara miljövänlig. Hon verkar vara inspirerad av de i sin närhet som tänker på miljön och ser det som mer eftersträvansvärt än att äga sin egna bil, vilket synliggörs i citatet:

*När någon säger att de är med i en bilpool, nu har jag inte så många som är det, men då blir jag liksom lite så här, wow vilken duktig person. Så att ja vad betyder det svaret att jag tycker att det är bra men jag är inte riktigt där själv. (IP 2)*

Hartl et al. (2018:90) menar att hållbarhet blir ett sätt att skapa värde och motivation att ingå i delningsekonomi, och för IP 2 tycks miljön kunna vara en drivkraft som lockar personen att ingå i en bilpool. IP 2 berättade att hon eventuellt funderat på att köpa ytterligare en bil till hushållet eftersom det är flera i familjen som kommer ha behovet av en bil till sommaren. Under intervjuens gång blev hon uppmärksam på att en bilpool skulle kunna vara ett billigare alternativ vilket gjorde att hon tycktes skifta inställning och bestämde sig för att överväga en bilpool istället för att köpa en andra bil. Soneryd och Ugglå (2011) beskriver nämligen att den ökade kunskapen kring miljöproblem har gjort oss uppmärksamma på att vi

måste förändra vårt konsumtionsbeteende. Det kan tolkas som att IP 2 är påverkad av miljödebatten och uttrycker en önskan om att följa hållbarhetsnormen. Utifrån ovanstående diskussion blir det tydligt att både ekonomin och miljö i kombination kan bli två drivkrafter till människors konsumtionsval. Samtidigt är det tydligt att ekonomin tycks väga tyngst. Även IP 1 uttrycker en önskan om att vara miljövänlig men att ekonomin är det som främst spelar roll idag:

*Jag skulle nog säga att jag främst handlar det billigaste. Inte det ekologiska. .... jag kommer nog förhoppningsvis ändra mina vanor, men det är lätt att säga nu så får man se hur det blir sen. (IP 1)*

Utifrån citatet ovan blir det tydligt att vanor och inlärd beteenden sitter i och är svåra att förändra. Botsman och Rogers (2011:69) bekräftar hur vissa beteenden formas tidigt i uppväxten utifrån de sociala normerna som finns i samhället. Här synliggörs att den rådande normen kring hållbarhet även har påverkat IP 1 till att vilja sträva efter en mer hållbar konsumtion men att det inte kan uppnås helt då ekonomin kan ses som en barriär eftersom hon studerar och har en låg inkomst. Även Östberg och Kaijser (2010:78) bekräftar att människor påverkas av samhällets normer på ett omedvetet sätt. Det kan tänkas att IP 1 hade konsumerat på ett annorlunda sätt om hållbarheten inte hade så stort fokus i samhället idag.

## **4.2 Ålder tycks inte påverka inställningen till bildelning**

I föregående del bearbetades miljön och ekonomins roll i förhållande till bildelning och det analyserades hur dessa faktorer kan fungera som både drivkrafter och barriärer. Vidare kommer en fördjupad diskussion kring ekonomi men här lyfts det i relation till ålder. Fokus ligger på att förstå människors inställning och om de skiljer sig åt mellan olika generationer.

Belk (2014:1597) beskriver att den yngre generationen tycks vara mer villiga att dela bilar eftersom de gärna slipper onödiga kostnader som bilägande medför. Detta är dock något som vi ifrågasätter eftersom IP 2 och IP 5 är de två äldre vi intervjuat och de båda är positivt inställda till bildelning och kostnadsbesparingarna tycks vara en drivkraft. Botsman och Rogers (2011:70) menar på att den yngre generationen är mer vana vid delningsekonomi då de är uppväxta med denna typen av konsumtion. Dock kan IP 2 och IP 5 positiva inställning till bildelningstjänster förstås utifrån Fremstad (2017:614) som menar på att samhällets normer påverkar människors inställning. I och med att delningsekonomin fått ett uppsving

senaste åren kan tänkas att IP 2 och IP 5 har blivit påverkade av andras konsumtionsbeteende. För att undersöka om det finns något samband mellan ålder och inställning till bildelning har dessa variabler analyseras med hjälp av en korstabell. Enligt tabell 2 tycks inte åldern spela någon roll då majoriteten är positivt inställda till bildelning. För att se om det finns ett samband mellan dessa variabler gjordes ett Pearson's Chi-square test där det framkommer att p-värdet är 0,904. Sambandet är inte statistiskt signifikant som innebär att vi inte kan vara säkra på att det finns ett samband mellan ålder och inställning till bildelning. Detta utsluter dock inte att variablerna fortfarande har relevans eftersom korstabellen visar att både yngre och äldre är positiva till bildelning. Vilket är något som intervjuerna också bekräftar. Dels bekräftar IP 2 att hon överväger att testa bildelning vilket hon har tidigare erfarenhet av. Likaså belyser IP 5 att han hade varit positiv till att testa bildelning om han inte haft företagsbil och betald parkeringsplats.

Tabell 2. Samband mellan ålder och inställning till bilpool.

**Vad är din inställning till bilpooler? \* Hur gammal är du? Crosstabulation**

		Hur gammal är du?			Total	
		18-35	36-55	56 -->		
Vad är din inställning till bilpooler?	Ingen åsikt	Count	24	2	2	28
		% within Hur gammal är du?	22.2%	33.3%	16.7%	22.2%
	Negativ	Count	6	0	1	7
		% within Hur gammal är du?	5.6%	0.0%	8.3%	5.6%
	Positiv	Count	78	4	9	91
		% within Hur gammal är du?	72.2%	66.7%	75.0%	72.2%
Total	Count	108	6	12	126	
	% within Hur gammal är du?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Inställningen till bildelning tycks inte ha med åldern att göra. Däremot verkar inkomstnivå kunna påverka människors inställning till att dela bilar. Fremstad (2017) menar att inkomstnivån kan spela roll för hur vi ser på delningsekonomi. Forskning visar att höginkomsttagare kan tycka att miljön är viktigare då deras grundläggande behov redan är tillfredsställda (Böcker & Meelen, 2017:31), utifrån detta kan det därmed tänkas att människor med högre inkomst i högre grad vill dela. Detta är dock inte något vi kan se i korstabellen (tabell 3), personer med högre inkomst tycks inte vara lika villiga till att ingå i bilpooler. Utifrån detta kan det tänkas bli en barriär att få höginkomsttagare att dela bilar. Efter att ha utfört Pearson's chi-square fick vi fram ett p-värde på 0,456 vilket visar att sambandet inte är statistiskt signifikant, vilket kan tyda på att det inte finns ett samband

mellan dessa variabler. Samtidigt behöver det inte utesluta att variablerna har en relevans då vi trots allt kan utläsa att det finns en skillnad mellan inkomst och inställning till bildelning.

Tabell 3. Samband mellan inkomst och inställning till bilpooler

**Vad är din inställning till bilpooler? \* Vad har du för inkomst per månad? Crosstabulation**

		Vad har du för inkomst per månad?			Total	
		0-24 999 kr	25 000 - 44 999 kr	Högre än 45 000 kr		
Vad är din inställning till bilpooler?	Ingen åsikt	Count	21	5	2	28
		% within Vad har du för inkomst per månad?	22.1%	19.2%	40.0%	22.2%
	Negativ	Count	5	1	1	7
		% within Vad har du för inkomst per månad?	5.3%	3.8%	20.0%	5.6%
	Positiv	Count	69	20	2	91
		% within Vad har du för inkomst per månad?	72.6%	76.9%	40.0%	72.2%
Total	Count	95	26	5	126	
	% within Vad har du för inkomst per månad?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

### 4.3 Bekvämligheten prioriteras

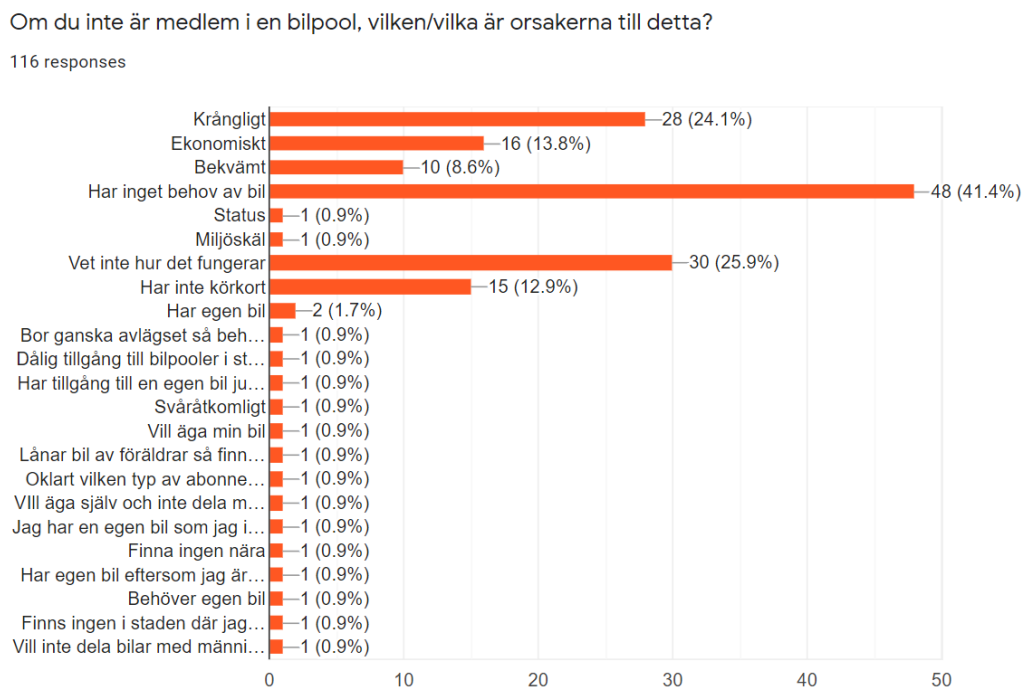
I föregående avsnitt har ekonomi identifierats som en avgörande faktor för människors konsumtionsbeteende. Ytterligare en faktor som identifierats är enkelhet och bekvämlighet som kommer tas upp i detta avsnittet.

Något som som kan tydas utifrån enkätsvaren är att drygt 85 procent väljer det transportmedel som är mest bekvämt och flexibelt (bilaga 4). I alla intervjuer kan ett genomgående tema utläsas där ord som bekvämt och enkelt är återkommande, vilket synliggörs i citatet:

*Att det ska bli enkelt och bekvämt. Det var ju aldrig så att folk tänkte efter att nu ska jag börja åka elsparkcykel, utan plötsligt så bara fanns dom över allt och alla laddade ner en app och det bara funkade. Om det helt enkelt kommer något alternativ där man plötsligt kan låna en bil utan att det krävs massa förjobb då tror jag absolut att det skulle kunna bli något liknande. (IP 4)*

Bekvämlighet och enkelhet tycks alltså vara två viktiga faktorer för att man ska välja att använda dessa tjänster. I citatet kommer enkelheten till uttryck där elsparkcyklar tas upp som ett exempel, dessa är utplacerade på flera ställen och ses som ett smidigt alternativ. Om bilpooler hade funnits mer synligt och lättillgängligt hade det kunnat få ett ökat användande. Även Hall et al. (2017:72) belyser vikten av bekvämlighet för människors transportval.

Författarna belyser också att teknik och smartphones har en stor betydelse (Hall et al., 2017:72) vilket också synliggörs i citatet ovan då IP 4 bekräftar att enkelheten kring appar har en påverkan.



Figur 2. Respondenternas orsaker till att inte vara med i bilpool

Utifrån det genomgående temat kring enkelhet och bekvämlighet kan det tolkas som att respondenterna har en bild av att bildelning är något som är krångligt och osmidigt. Detta bekräftas i figur 2 som visar att flera respondenter inte vet hur det fungerar samt att flera också tycker det verkar krångligt. Detta kan därmed anses vara en barriär för människor att ingå i bildelning, vilket också kan kopplas till att det finns ett kunskapsglapp. De flesta verkar vara medvetna om att bilpooler finns men vad de faktiskt innebär eller hur det fungerar är fortfarande oklart för många. IP 2 som tidigare har varit med i en bilpool förklarar också vikten av enkelhet och bekvämlighet:

*När jag bodde ensam så försökte jag vara med i en bilpool men fick aldrig det att fungera riktigt. Det var liksom för krångligt .... bokar man en bil kl 12 till exempel, då får man verkligen tillgång till den kl 12 och man kan inte komma fem i eller nåt sånt, utan det är ju sådant man lär sig sen, den låser upp först när det är min tur att hyra, men det får man lära sig. (IP 2)*

Att inte kunna använda bilen förrän exakt den minuten man bokat ifrån, kan tolkas som att IP 2 anser att tjänsten inte är så smidig att använda jämfört med att äga sin egna bil som ofta är

bekvämt. Det var bland annat en av orsakerna till att personen valde att gå ur bilpoolen ganska omgående. Tkaczyk och Awdziej (2019:11) bekräftar att tillgänglighet till bilarna kan vara en barriär för människor att inte ingå.

Utifrån citatet kan det också tolkas som att det finns en viss kunskap som man behöver ta till sig. IP 2 upptäckte att bilen inte är tillgänglig förrän exakt på minuten och det var något hon fick lära sig under tiden. Som Jonson et al. (2011:28-29) beskriver är köpprocessen idag komplex och att konsumera är oftast inte en rationell och enkel process. Att behöva lära sig hur tjänsten fungerar kan bli ett jobbigt och krångligt steg i köpprocessen vilket kan bli ytterligare en barriär för människor att gå med. IP 2 berättar att hon hade testat bilpooler genom jobbet och därmed fanns ingen barriär kring otillräcklig kunskap, vilket gjorde att hon till en början kände sig trygg att gå med i en bilpool. Dock valde hon att behålla bilen som hon ägde vid tillfället, vilket kan tolkas som att förtroendet till tjänsten inte helt fanns där. I slutändan valde personen att gå ur bilpoolen vilket kan tolkas som att köpprocessen var komplex och inte fullt så enkelt som hon önskat. I intervju med IP 5 förklaras att han inte vet hur han ska gå tillväga för att använda bildelningstjänster. Samtidigt beskriver han att han skulle använda google för att ta reda på och jämföra olika tjänster, även här tydliggörs att det finns en komplex köpprocess som ofta går ut på att söka information och jämföra alternativ.

#### **4.4 Tekniken som möjlighet och barriär**

I avsnittet ovan har enkelhet och bekvämlighet synliggjorts som en viktig drivkraft. Människors har en bild av att bildelningstjänster är krångliga och detta har kopplats till att det kan finnas en komplex köpprocess där människor inte har så mycket kunskap om tjänsten. Konsumtion och köpprocessen är starkt kopplad till teknisk kunskap vilket kommer analyseras vidare i detta avsnitt. I avsnittet synliggörs hur tekniken kan komma att bli både en drivkraft och barriär för människors inställning till att dela bilar.

I enkäterna svarade 56.3 procent (bilaga 4) av respondenterna att de inte vet hur de ska gå tillväga om de skulle vilja gå med i en bilpool. En annan insikt vi fått från enkätsvaren är att en av fem personer anser att de också saknar teknisk kunskap för att gå med i en bilpool. Belk (2014) beskriver att internet och den digitala tekniken är viktiga faktorer för att delningsekonomin ska fungera. Samtidigt som tekniken är en möjlighet för människor att ingå i bilpooler så kan det också bli en barriär om de känner teknisk kunskap saknas. Shaheen

et al. (2012:72) bekräftar att tekniken måste vara enkel för att människor ska vilja använda den. Även flera av intervjupersonerna bekräftar att de inte vet hur de ska gå tillväga om de vill ingå i en bilpool men de menar också att de hade kunnat ta till sig den tekniska kunskapen genom att söka på internet. Detta visar tydligt på att tekniken är en förutsättning för att bildelningstjänster ska fungera. Men även om tekniken är en barriär för de som saknar teknisk kunskap så menar Ert och Fleischer (2019:279) att tekniken skapar möjligheter i form av trygghet och tillit. Författarna belyser nämligen vikten av ett betygssystem där personerna betygsätter varandra som kan bidra till att skapa förtroende. Det kan bli en drivkraft till att människor vågar använda sig av bildelning eftersom en större trygghet skapas. IP 1 beskriver att tekniken och dess funktioner bidrar till en större tillit för henne. Även IP 5 beskriver i citatet nedan att tekniken kan vara användbar när det handlar om bildelning:

*De här små automatiska låsen är ganska fiffiga. Men ska man hålla på att gå ner för att lämna ut en nyckel till dem för de ska åka iväg tre timmar, kommer tillbaka sen och man måste avbryta möte för jag har en som kommer och lämnar min bil här liksom, nej alltså det hade varit lite jobbigt. (IP 5)*

Här blir det tydligt att teknik kan skapa en möjlighet för människor att dela bilar om det finns smidiga tekniska lösningar exempelvis i form av automatiska lås istället för fysiska bilnycklar som ska räckas över. Tekniken gör det möjlig för människor att mötas utan att fysiskt träffas. Detta kan bli en drivkraft för människor att dela bilar med varandra, medan krångliga tekniska lösningar istället kan bli en barriär. Hall et al. (2017) förklarar nämligen att flexibilitet, smidighet och väl utvecklade tekniska lösningar kan bidra till att människor väljer ett visst transportsätt. I citatet nedan påpekar IP 2 att tekniken även går framåt när det kommer till hållbarhet och att det troligtvis kommer hända mycket kring fossila bränslen inom en snar framtid:

*Om man köper en bil idag som går på bensin, då kanske den om några år inte går att sälja för att det blir mer och mer elbilar och vi kör på biobränsle. Jag tror det kommer bli väldigt mycket som händer med bränslet framöver för bilar .... inom 10 år, så har vi säkert nya sätt att driva bilar. (IP 2)*

Även här kommer normen kring hållbarhet till uttryck och personen beskriver att bensinbilar kan vara något som försvinner till följd av att mer miljövänlig teknik utvecklas. Tekniken ses av många som en lösning för att kunna utveckla mer hållbara transportmedel. Citatet ovan

visar på att bensinbilar kan komma att bli något som inte är lika eftertraktat. Detta bekräftas av Bocken et al. (2020:11) som belyser att mer hållbara alternativ som exempelvis elbilar har ökat på senare tid. Detta kan ses som en drivkraft för människor att göra sig av med sina bensindrivna bilar till fördel för bilpooler då detta kan anses vara mer hållbart. De tekniska lösningarna möjliggör att ha tillgång till en bil utan att behöva äga vilket leder till nya konsumtionsbeteenden (Cheng, 2016:60). Detta verkar vara något som är eftersträvansvärt i intervjupersonernas ögon. Det förändrade konsumtionsbeteendet diskuteras i nästa avsnitt där normen kring ägande analyseras vidare.

#### 4.5 Att äga eller inte äga

Människors konsumtionsbeteende påverkas ofta av vår uppväxt och bakgrund (Östberg & Kaijser, 2010; Östberg et al., 2018). Därmed kan tänkas att man vill äga en bil om man är uppväxt med en bil i familjen, vilket är något som synliggörs i citatet nedan:

*Jag tror att man alltid har tänkt att man ska ha en bil när man är vuxen för att ens föräldrar har haft det och alla andra vuxna runt omkring när man var liten har alltid haft en bil i alla fall i min omgivning .... Hade ni frågat mig för två år sedan hade jag sagt ja, men, nej, det är klart att det finns någon dragning i att äga en bil, kanske det finns någonting där det är ändå någon fördel med det, men inget krav liksom. Jag hade inte behövt äga min egen bil. (IP 4)*

Det blir tydligt att IP 4 är påverkad av sin bakgrund och uppväxt och att han tänkt att han någon gång kommer äga en bil för att hans föräldrar samt vuxna i hans närhet gjorde det. Men senare i citatet synliggörs att han under senare år tycks ha ändrat attityd till bilägande, vilket kan tänkas bero på normer som finns i samhället idag. Ägande har idag blivit allt mer ifrågasatt och för många är det inte längre en självklarhet (Botsman & Rogers, 2011; Bardhi & Eckhardt, 2012), vilket bekräftas i citatet ovan. IP 4 förändrade inställning till att äga skulle även kunna förklaras utifrån Campos et al. (2015:327) som beskriver att den sociala statusen är något som förändras över tid, det kan därmed tänkas att IP 4 förändrat sin syn på vad som är viktigt. IP 3 berättar att hon äger en bil idag och vill helst inte göra sig av med den då hon har svårt att tänka sig ett liv utan den. Detta styrks utifrån korstabell (se tabell 3) som visar att de respondenter som äger en bil har svårare att tänka sig att gå med i en bilpool jämfört med de som inte äger en bil. Pearson's chi-square test (bilaga 4) visar ett p-värde på 0,004 vilket kan tyda på att det finns ett statistiskt signifikant samband.

Tabell 3. Samband mellan bilägande och inställning till att gå med i en bilpool

**Om du inte är med i en bilpool skulle du kunna tänka dig att gå med i en? \* Äger du en bil? Crosstabulation**

		Äger du en bil?		Total	
		Ja	Nej		
Om du inte är med i en bilpool skulle du kunna tänka dig att gå med i en?	Count	0	6	6	
		% within Äger du en bil?	0.0%	7.3%	4.8%
	Ja	Count	9	32	41
		% within Äger du en bil?	20.5%	39.0%	32.5%
	Kanske	Count	21	35	56
		% within Äger du en bil?	47.7%	42.7%	44.4%
	Nej	Count	14	9	23
		% within Äger du en bil?	31.8%	11.0%	18.3%
Total	Count	44	82	126	
	% within Äger du en bil?	100.0%	100.0%	100.0%	

Bardhi och Eckardt (2012:881) beskriver att människor som bor i städer kan välja att inte äga på grund av att de har platsbrist i hemmet. En av respondenterna i enkäten beskriver platsbristen som ett problem:

*I Stockholm är det enormt komplicerat att parkera, det finns inga platser och är jättedyrt. Om man bara är lite utanför eller någon annanstans i Sverige är egen bil det allra smidigaste. Även om jag skulle ha råd att ha en egen bil (vilket jag inte tycker att jag har nu) så skulle det kännas praktiskt omöjligt pga parkering. (Enkät svar)*

Här kommer flexibilitet, smidighet och ekonomi till uttryck i form av att det kan vara jobbigt att bo i en storstad och äga en bil då det ofta är krångligt och dyrt att parkera. Zillinger och Nilsson (2019) beskriver att bilar tar mycket plats i städer och att bilpooler kan vara en möjlig lösning på problemet. Utifrån citatet ovan kan det tolkas som att problematiken kring platsbrist i städer kan bli en drivkraft för folk att ingå i bilpooler då det kan vara ett alternativ till ägande. Bardhi och Eckardt (2012) belyser att bilpooler är gynnsamt för både plånbok, miljö och samhälle. IP 5 valde att göra sig av med en av de två bilarna som hushållet hade då det var krångligt att hitta parkeringsplats i staden. Han uttrycker också att bilpool kunde vara ett bra alternativ om de inte haft en egen parkeringsplats. I motsats uttrycker IP 3 att det i mindre städer många gånger är mer fördelaktigt att äga en egen bil då det både är smidigare och billigare. Hon berättar också att det ofta blir billigare med egen bil för att parkeringsplatser är gratis eller kostar väldigt lite. Likaså blir det smidigare för att kollektivtrafiken är dyr och inte lika tillgänglig, vilket kan göra människor mer benägna att

köpa sin egna bil. Därmed kan det bli en barriär för människor i mindre städer att överväga bilpooler som ett alternativ.

IP 5 som bor i en storstad belyser att kollektivtrafik och cykelbanor är väl utvecklade i staden där han bor vilket gör det till ett smidigt och billigt alternativ. Det kan ses som en barriär för människor i större städerna att ingå bilpooler då de andra alternativen kan vara mer fördelaktiga. Bocken et al. (2020:12) bekräftar att kollektivtrafik och cykling är två alternativ som är lönsamma i Sverige vilket kan vara en förklaring till det relativt låga antalet användare av bildelningstjänster. Detta synliggör att inställningen till bilpooler skiljer sig åt beroende på om man bor i en mindre stad jämfört med en större stad. Tabell 3 bekräftar att 76,9 procent av respondenterna i mindre städer vill äga sin egna bil medan siffran är något lägre i större städer då 57,5 procent svarar att de vill äga sin egna bil. Efter att ha utfört Pearson's chi-square fick vi fram ett p-värde på 0,366 vilket visar att sambandet inte är statistiskt signifikant, vilket kan tyda på att det inte finns ett samband mellan dessa variabler. Samtidigt behöver det inte utesluta att variablerna har en relevans då vi trots allt kan utläsa att det finns en skillnad mellan de som bor i mindre och större städer.

Tabell 4. Samband mellan storlek på bostadsort om man vill äga sin egna bil

**Jag vill äga min egen bil \* Vart bor du? Crosstabulation**

			Vart bor du?		Total
			Mindre stad	Större stad	
Jag vill äga min egen bil	Instämmer	Count	10	65	75
		% within Vart bor du?	76.9%	57.5%	59.5%
	Instämmer inte	Count	1	24	25
		% within Vart bor du?	7.7%	21.2%	19.8%
	Kanske	Count	2	24	26
		% within Vart bor du?	15.4%	21.2%	20.6%
Total	Count	13	113	126	
	% within Vart bor du?	100.0%	100.0%	100.0%	

Att det är så pass stor andel som vill äga sin egen bil kan tänkas bero på normer som finns i samhället. Botsman & Rogers (2011:70) beskriver att ägande länge varit norm, men detta börjar idag att ifrågasättas. Utifrån vårt empiriska material kan vi till viss del se att det stämmer överens. IP 1 och IP 4 beskriver framförallt att bilägandet inte är speciellt viktigt för dem, de uttrycker att de kanske inte ens vill äga sin egen bil i framtiden. Samtidigt som övriga intervjupersoner också är positivt inställda till att ingå i bilpooler. Här finns en intressant skillnad som kan tyda på att normen kring ägande kan se väldigt olika ut idag. Skillnaden skulle också kunna bero på att människor är mer ärliga i en enkät då de där är

anonyma. Ytterligare en förklaring till de tvetydiga svaren kan förklaras utifrån Östberg och Kaijser (2010:62) som uppmärksammar att vi befinner oss i en brytpunkt mellan masskonsumtion och hållbarhet vilket gör att ägande eller inte ägande idag är olika viktigt för olika människor. Bardhi och Eckhardt (2012:881) beskriver att delningsekonomin öppnar upp möjligheter som eget ägande inte alltid gör. IP 2 berättar att hon en gång fick chansen att köra en bil av märket Tesla då hon var med i en bilpool, vilket var en ny och häftig upplevelse för henne. Att få tillgång till nyare bilar av dyrare märken skulle kunna ses som en drivkraft för människor att vara med i en bilpool. Detta kan förstås utifrån Bardhi och Eckardt (2012) som förklarar att bilen kan fungera som en statussymbol och bilpooler låter människor få tillgång till bilar som man kanske inte hade haft råd att äga.

Det blir tydligt att enkätsvaren och intervju svaren skiljer sig åt när det handlar om status och bilar. Generellt verkar människor tro att det är status att äga sin egen bil då 92 procent (bilaga 4) svarat att de anser att det är mer status enligt samhället att äga en bil än att ingå i en bilpool. 76,2 procent (bilaga 4) svarar att de själva anser att det är mer status att äga sin egen bil. De olika siffrorna kan tänkas bero på att de större antalet deltagare i enkäten har varit både unga och kvinnor (bilaga 4). En större spridning av ålder och kön hade kunnat tänkas ge ett annat resultat. Under intervjuerna framkommer dock ett annat resultat som visar att bilägande inte är kopplat till status då alla intervju personerna beskriver att bilen mest fungerar som ett funktionellt behov. Som vi såg i ett tidigare citat av IP 2 anser hon snarare att det skulle vara mer status att vara med i en bilpool på grund av miljömässiga skäl. Därmed kan det ses att synen på ägarskap håller på att förändras till viss del och att miljön har kommit att spela en större roll för vissa människor. Belk (2014) bekräftar att det skett ett paradigmskifte mot ett förändrat konsumtionsbeteende där människor i högre grad delar med varandra.

Båda IP 1 och IP 3 är uppvuxna i mindre städer där det beskrivs att bilar i större grad används för att uttrycka status. IP 3 beskriver nämligen att det är skillnad i hur bilägandet och status ser ut i hennes hemstad jämfört med den nuvarande större staden hon bor i. Det blir tydligt då hon under intervjun beskriver att nästan alla vänner i hennes hemstad äger en bil och hon säger lite skämtsamt att man helst ska äga två bilar. Campos et al. (2015:327) bekräftar att bilar ofta fyller en funktion i form av en statusmarkör. Men i dagsläget verkar det inte vara någon av våra intervju personer som anser att bilar är kopplat till status vilket kan ses som att normen kring bilägande är något som förändrats över tid. IP 2 anser inte att bilägande är

status då hon pekar på att de flesta idag har en bil som gör att det inte kopplas till status. Med bakgrund i ovanstående analys kan det ses som att synen på ägarskap och status håller på att förändras. Likaså kan det också förklaras utifrån Bardhi och Eckhardt (2012:881) som beskriver att ägarskap inte längre är något eftersträvansvärt i vissa kretsar.

Bardhi och Eckhardt (2012:886) beskriver att människor ofta kan skapa starka relationer till bilar vilket i sin tur kan bidra till att skapa en känsla av konsumentidentitet. Vilket tycks vara fallet för IP 3, i citatet synliggörs att hon ser på sin bil som en kompis vilket kan betyda att hon skapat en stark relation till bilen:

*Jag och min bil... Vi är liksom kompisar. Det är min lilla älskling på något sätt och därför försöker jag ta hand om den på bästa sätt och... Dels att man vårdar den så att den inte ser ut som en hög med damm. Men också att man är försiktig när man kör och man försöker att inte köra in i trottoarkanter eller kör för snabbt över hastighetsgupp och så liknande. (IP 3)*

IP 3 har ett stort bilintresse och beskriver just den relationen som hon har till sin bil, vilket blir synligt i citatet. Ett stort bilintresset och starka känslor kopplat till bilar kan bli ett hinder för människor att gå med i en bilpool. För människor som har ett stort bilintresse kanske detta är något som en bilpoolsbil inte skulle kunna uppfylla. Dock beskriver IP 3 att en bilpool skulle kunna fylla en annan funktion som ägande inte gör:

*Just att man inte behöver äga allting själv och att livet blir lättare, för bilar är jobbiga. Särskilt om man behöver ta hand om försäkring, skatt och allt det där själv. .... Som sagt, det tar bort allting som är jobbigt med bil och lämnar bara det roliga kvar. (IP 3)*

I citatet uttrycker IP 3 att bilpooler kan vara fördelaktigt då man slipper allt det jobbiga som har med ägande att göra, vilket alltså kan ses som en drivkraft. Detta citatet kan också kopplas till tidigare resonemang i del 4.2 som handlar om enkelhet och bekvämlighet på så sätt att intervjupersonen uttrycker att en bilpool skulle kunna ge mer bekvämlighet och endast lämnar det roliga kvar.

## **4.6 Betydelsen av tillit för att ingå i bildelningstjänster**

I följande avsnitt analyseras tillit som en faktor som påverkar vad man vill dela och med vem. Det tydliggörs att det finns skillnader i vilka saker människor är beredda att dela med andra. Zillinger och Nilsson (2019) beskriver att man förr delade saker enbart med människor i sin

närhet men idag delar vi allt möjligt med främlingar. Tillit är därmed en viktig faktor när man lånar ut sina saker (Ert & Fleischer, 2019:279; Möhlmann et al., 2019:290). Något som framkommer under intervjuerna är dock att intervjupersonerna har lite olika inställning när de får frågan kring att låna ut sin egen bil. IP 3 är inte så villig att dela sin nuvarande bil med någon hon inte vet vem det är. Hon beskriver att hon inte riktigt hade litat på att människor kunnat köra hennes bil. IP 2 beskriver däremot att hon mer än gärna lånar ut sin bil, samtidigt tycker människor i hennes närhet att hon är naiv som väljer att lita så pass mycket på andra. Flera av intervjupersonerna beskriver att värdet på bilen är avgörande för om de hade valt att låna ut sin bil eller inte. En äldre bil som inte kostar lika mycket hade de flesta hellre kunnat tänka sig att låna ut än en dyrare och nyare bil. IP 5 bekräftar att han inte är beredd att dela sin bil för tillfället då det är en relativt ny bil. IP 4 beskriver att han ägt bil tidigare och ville inte låna ut den till någon eftersom den bara var halvförsäkrad. Därmed kan det tolkas att försäkringar blir en extra trygghet om något skulle hända med bilen. Shaheen et al. (2012:76) bekräftar att försäkringar är en av orsakerna till att människor känner sig osäkra med att dela bilar. Något som är tydligt är att drivkrafterna och barriärerna för att dela bil med andra skiljer sig åt och detta tycks vara kopplade dels till bilens värde men också i vilken grad man väljer att lita på människor. Böcker och Meelen (2017:36) belyser att människors motiv kring delning skiljer sig åt beroende på vad som ska delas och de förklarar därmed att delningsekonomi inte kan ses som ett enhetligt fenomen. De varierande svaren kring inställning till att låna ut sin bil kan alltså tyda på att människor har olika motiv och intressen som påverkar viljan att dela.

IP 3 och IP 4 beskriver att om de ska ingå i en bildelningstjänst sätter de en större tilltro till en bilpool där ett företag äger bilen jämfört med en privat bilpool. Motiven bakom är dock olika. I citatet beskriver IP 3 att hon hade känt sig mer trygg med att vara med i en bilpool som ägs av ett företag:

*Känner jag inte personen i fråga så vet jag inte hur personen lägger servicen på bilen. Och sedan är det kontraktsskrivning och den personliga relationen man har till privatpersoner. Vad händer om någonting går sönder, har de då resurserna till att ersätta för det som har hänt? Har de varit noga med att ha rätt försäkringar som funkar med en bilpool? Medan om det är ett företag så blir det på något sätt någon annans pengar och då är det lättare att göra så att saker funkar. (IP 3)*

Citatet visar på att det finns en låg tillit till främlingar, vilket skulle kunnat motverkas med betygssystem som Belk et al. (2019:4) menar kan höja tilliten mellan människor. IP 1 belyser just att betygssystemen är en trygghet för henne när hon använder delningstjänster. För IP 4 tycks rädslan att dela bilar snarare bero på att han vill undvika obekväma situationer som kan uppstå om bilen går sönder. Han beskriver att han hellre kunnat tänka sig gå med i en bilpool som ägs av ett företag då han tror att försäkringar och regler är mer organiserat jämfört med om man exempelvis hade delat en bil med sina vänner eller bekanta. Det kan tyda på att det finns en rädsla för att dela med sig av sina personliga ägodelar. Shaheen et al. (2012:77) beskriver att rädslan för att dela sina saker är något som hindrar människor för att gå med i delningstjänster och förklarar att bilen ses som en av de viktigare ägodelarna, vilket gör att många är mer benägna att hyra ut sitt hem än sin bil. Dock beskriver IP 2 och IP 5 att de hellre hade hyrt ut sin bil än sitt hem. Detta eftersom de båda anser att hemmet är mer personligt och hemmet är därmed viktigare för dem än vad en bil tycks vara.

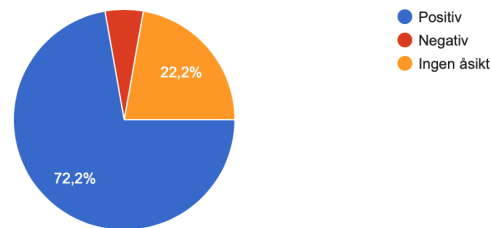
#### **4.7 Inställning till bildelning**

I ovanstående avsnitt diskuterades hur tilliten kan påverka inställningen till att delta i delningsekonomi och att tilliten kan se olika ut beroende på vad som ska delas. Som Zillinger och Nilsson (2019) beskriver så kan detta tyda på att delningsekonomi är ett brett begrepp och visar på att det finns en mångfald. Det kan tänkas att människors inställning därmed ser väldigt olika ut vilket kommer diskuteras vidare i kommande avsnitt.

Alla intervjupersoner har svarat att de är medvetna om att bilpooler finns men de har inte så stor kunskap kring exakt hur det fungerar eller vad det kostar och de vet inte riktigt om det finns i staden där man bor just nu. Ungefär samma svar kan tydas av enkäten där cirka 92 procent har svarat att det har hört talas om bilpooler men däremot har endast 13.5 procent av respondenterna testat (bilaga 4). I enkäterna framkommer att majoriteten är positivt inställda till bilpooler (figur 3) likaså uttrycker alla intervjupersoner en positiv inställning till att dela bilar.

Vad är din inställning till bilpooler?

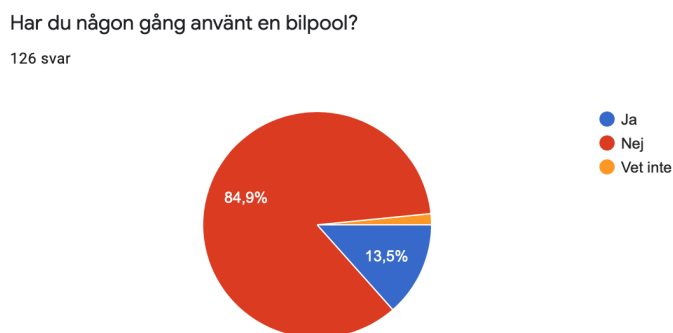
126 svar



Figur 3. Sammanställning över respondenternas inställning till bilpooler

Bilpooler är något som är relativt nytt i Sverige och det är en liten del som använder det idag (Miljöbarometern, 2020). Statistik från miljöbarometern (2020) visar att det år 2018 var cirka 1,5 procent av svenskar som har körkort som aktivt använde sig av bilpooler. Utifrån detta kan tänkas att det inte finns så stor medvetenhet och att det därmed kan finnas ett kunskapsglapp. Enkätsvaren bekräftar att mer än 50 procent av respondenterna inte vet hur de skulle gå tillväga om de vill testa bildelning (bilaga 4). En förklaring till att det är ett lågt antal som har testat bildelning kan handla om att människor har sina invanda konsumtionsbeteenden som är svåra att förändra. Det kan förstås utifrån Östberg och Kaijser (2010:56) som förklarar att människor påverkas av normer som finns i samhället och att vi ofta följer dessa normer på ett omedvetet sätt. Detta beskrivs av en respondent i enkäten som uttrycker: "Har egen bil eftersom jag är uppväxt på landet och gamla vanor sitter i". Detta kan också förstås utifrån Soneryd och Ugglå (2011:50) som beskriver att de sysslor vi utför i vardagen ofta sker utan vidare eftertanke, vardagssysslorna blir ett rutinmässigt handlande som gör invanda beteende svåra att förändra. Personen uttrycker själv att de gamla vanorna sitter i och utifrån Jonsson et al (2015:28) förklaring kring komplexa köpprocessen kan det tänkas att personen just upplever att denna köpprocess skulle bli jobbigt att påbörja på grund av att mycket ny information måste inhämtas från olika kanaler. Samtidigt visar enkätsvaren att majoriteten av respondenterna är studenter (bilaga 4) som bor i en medelstor stad (bilaga 4), därmed kanske personerna inte har något större behov av en bil då det mesta finns inom gång och cykelavstånd, vilket kan ha bidragit till att respondenterna inte har behövt söka information kring bilpooler och att det därför är anledningen till att respondenterna inte ser något behov av att testa bildelning. Detta syns i resultatet i enkäten då 48 av 126 respondenterna har svarat att de inte har något behov av bil (figur 2). Under intervjuerna skapades en djupare förståelse där människors tycks vara mer intresserade att testa bildelningstjänster om det haft någon i sin närhet som har testat. Vilket kan förklaras utifrån

Östberg och Kaijser (2010:56) som beskriver att konsumtionsm beteende påverkas av umgängeskrets och bakgrund. Detta tydliggörs då IP 2 berättar att hon har testat bildelning, efter ett tips från en kompis vilket blev en drivkraft till att våga testa. Enkätsvaren visade att enbart 13,5 procent (figur 4) hade testat bildelningstjänster.



Figur 4. Sammanställning över hur många som testat bildelning

Utifrån det låga antalet som testat bilpooler kan man tänka sig att det är få personer som har någon i sin närhet som har testat vilket kan ses som en barriär. Att få personer har testat bildelning skulle också kunna ha att göra med att det är ett begränsat urval och en homogen grupp vilket kan påverka resultatet. Majoriteten av respondenterna i enkäten samt alla intervju personer bor i södra och mellersta Sverige i städer där de flesta använder gång, cykel och kollektivtrafik som sitt huvudsakliga transportsätt. Alla intervju personer uttrycker också att kollektivtrafiken och cykelbanor är väl utvecklade och är bra transportsätt. Därmed kan tänkas att dessa alternativ blir ett mer naturligt val än att välja bildelning. Vilket också bekräftas av Bocken et al. (2020:12) som belyser att städer i Sverige satsar mycket på att utveckla dessa hållbara alternativ.

## 5. Slutsatser

I följande del sammanfattas de slutsatser som den empiriska datan har gett. Studiens frågeställningar har varit att undersöka människors inställning till bildelning samt att ta reda på vilka drivkrafter och barriärer som ligger till grund för att ingå i bildelning.

Generellt finns en tanke om att bildelning skulle vara ett dyrt alternativ och ekonomin är en faktor som är avgörande i människors konsumtionsbeteende. Resultatet visar att flera uttrycker en önskan om att leva mer hållbart, vilket kan bli en drivkraft till att ingå i bildelningstjänster dock väger ekonomin tyngre. Vidare tycks inställningen till bildelning i viss grad påverkas av inkomstnivå. Resultatet visar att människor med högre inkomst vill dela i lägre utsträckning. Något som också framkommit i studien är att inställningen till bildelning inte tycks bero på ålder eftersom flera ställer sig positiva till bildelning.

Ett återkommande tema i det empiriska materialet är bekvämlighet som väger tungt när det kommer till transporter. Detta har identifierats som både en drivkraft och barriär för att ingå i bildelningstjänster. Människors boendeplats avgör till stor del om bildningstjänster anses vara bekvämt eller inte. Generellt verkar människor i mindre städer vilja äga sin egen bil men i större städer är antalet som vill äga bil lägre. Tillgången till bra kollektivtrafik och cykelbanor påverkar inställningen man har till bildelning.

Resultatet visar att tekniken kan bli en barriär för de som saknar teknisk kunskap, däremot menar majoriteten att de kan ta till sig kunskapen för att kunna använda bildelningstjänster. Tekniken har även identifierats som en drivkraft då den kan bidra till att skapa tillit och trygghet. Samtidigt visar resultatet att tilliten skiljer sig åt mellan människor. Vem man väljer att lita på ser olika ut och man har olika känslomässiga kopplingar till sina ägodelar. När det kommer till att äga bil eller inte finner vi motstridiga resultat. Intervjupersonerna uttrycker att det inte nödvändigtvis vill äga en bil men enkätsvaren visar på att majoriteten gärna vill äga sin egen bil.

Slutligen visar resultatet att människor generellt har en positiv inställning till bildelning vilket kan bli en drivkraft. Däremot är kunskapen kring bildelningstjänster begränsad och få personer har någon i sin närhet som har testat. Resultatet pekar på att människor är bekväma i sitt invanda beteende och att köpprocessen kan vara komplex vilket kan bli en barriär. Vidare visar resultatet att människor uttrycker en strävan om att vara miljövänliga. Det kan därmed tänkas att de blivit påverkade av normer kring hållbarhet som finns i samhället idag.

## 6. Diskussion

Studien har sökt en djupare förståelse av vilken påverkan hållbarhetsnormer och konsumtionsbeteendet har kring deltagande i delningsekonomi, mer specifikt bildelning. Syftet har varit att utforska människors inställning samt identifiera drivkrafter och barriärer till att delta i bildelning i en svensk kontext.

Tidigare forskning har visat på att den yngre generationen är mer villiga att dela eftersom de är uppväxta med denna typ av konsumtion (Botsman & Rogers, 2011; Belk, 2014). I studien har dock framkommit att det inte finns någon skillnad mellan generationer. Studien visar dock att inställningen till bildelning skiljer sig åt eftersom inlärd konsumtionsbeteenden, geografisk plats samt inkomst är några avgörande faktorer. En viktigare faktor är ekonomi som påverkar inställningen till att dela. Detta är i linje med Hartl et al. (2018) som också beskriver att ekonomi är avgörande och miljön ses mer som en bonus. Utöver ekonomiska och miljömässiga faktorer har studien identifierat bekvämlighet som en viktig del i valet av människors konsumtion. Bekvämligheten kan också förklaras utifrån att det finns en viss kunskap att ta till sig när det kommer till nya konsumtionsbeteende, vilket gör det lättare att fortsätta göra som man alltid gjort. Delningsekonomi är ett relativt nytt fenomen därmed kan det ses som krångligt att lära sig att konsumera på detta sättet eftersom normen länge har varit masskonsumtion och ägarskap.

Studien tyder på att normen kring hållbarhet har påverkat hur människors tänker kring konsumtion. Men på grund av bekvämlighet är de flesta inte beredda att helt ändra sitt konsumtionsbeteende. Belk (2014:1599) beskriver att det skett ett skifte från "you are what you own" till "you are what you share". Studien visar att människor å ena sidan uttrycker en vilja kring att vara miljövänliga vilket kan tyda på att ett paradigmskifte håller på att ske och att människor har blivit påverkade av hållbarhetsnormen som finns i samhället. Men å andra sidan väljer man många gånger bekvämlighet och ekonomi framför miljö vilket kan tyda på att miljön inte alltid spelar så stor roll i människors konsumtionsval.

Böcker och Meleen (2017) belyser att delningsekonomi inte kan tolkas som ett enhetligt fenomen utan det kan se olika ut beroende på vad som ska delas, vår studie bekräftar detta resultat då vi fått fram att människor har olika inställning till delning beroende på vilken sak som ska delas. Genom studien har det blivit tydligt att inställningen till att dela skiljer sig åt

mellan människor, även inställningen till ägarskap ser olika ut. Det finns en skillnad i enkätsvaren jämfört med intervjupersonernas svar, där enkäterna visar på att människor helst vill äga men intervjupersonerna belyser att ägande inte är speciellt viktigt för dem. En förklaring till det kan vara att människor påverkas av normer och därmed försöker framställa sig på ett visst sätt för att passa in i sociala sammanhang, men beteendet ser sedan annorlunda ut i praktiken. I anonyma enkäter blir det därmed lättare att svara mer ärligt. En annan förklaring till intervjupersonernas syn på ägarskap kan tyda på att vi faktiskt befinner oss i en brytpunkt där normen förändras mot mer gemensamt ägande.

Sammanfattningsvis finns det flera indikatorer på att människor vill vara miljövänliga och det beror troligtvis på att de är påverkade av samhällets normer kring dagens diskussion om hållbarhet. Men även om det finns en önskan om att vara hållbar så är inte ett konsumtionsbeteende lätt att förändra och många gånger väger ekonomi och bekvämlighet tyngre. Den positiva inställning som tycks finnas till delningsekonomi kan tyda på att denna trend kan komma att bli ännu större i framtiden.

## **6.1 Begränsningar och förslag till framtida forskning**

Studien har bidragit med kunskap kring människors inställning till bildelning utifrån ett konsumentperspektiv. I studien har även drivkrafter och barriärer till att gå med i bildelningstjänster kunnat identifieras. Att identifiera dessa faktorer kan vara av intresse för aktörer som jobbar med bildelningstjänster. Genom att identifiera drivkrafter och barriärer kan aktörer jobba vidare med att marknadsföra och förbättra tjänsterna för att få fler att använda bilpooler eftersom detta kan ses som en av många lösningar på hållbarhetsfrågorna.

Vår studie är gjord på ett begränsat urval då enkäterna lagts ut på våra sociala medier, vilket gjort att vi fått svar från vår bekantskapskrets som kan anses vara en homogen grupp av människor. Av de respondenter som besvarat vår enkät är en majoritet unga studerande det kan därmed vara av intresse att göra en studie där man väljer ut en äldre generation för att jämföra om resultatet blir detsamma. Det hade också kunnat vara av intresse att göra en större studie med ett slumpmässigt urval för att kunna göra generaliseringar till en större population. Studien är även gjord i en västerländsk kontext och att rikta fokus mot länder där kulturen är annorlunda hade kunnat ge ett annat resultat. Under tiden då studien är utförd pågår en pandemi i världen, vilket gör att det finns vissa restriktioner att förhålla sig till som kan tänkas påverka resultatet.

## 7. Källförteckning

- Arbeláez Vélez, A. M. & Plepys, A. (2021). Car Sharing as a Strategy to Address GHG Emission in the Transport System: Evaluation of Effects of Car Sharing in Amsterdam, . *Sustainability*, 13 2418 (4), 1-15. doi.org/10.3390/su13042418
- Alvehus, J. (2019). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39 (4), 881–898. doi:10.1086/666376
- Barmark, M. & Djurfeldt, G. (2020). *Statistisk verktygslåda 0 – att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur
- Becken, S. & Hay, J. E. (2012) *Climate, Change and Tourism*. London: Routledge
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online, *Journal of Business Research*, 67 (8), 1595-1600. doi:10.1016/j.jbusres.2013.10.001
- Belk, R., Eckhardt G. M. & Bardhi, F. (2019) Introduction to the Handbook of the Sharing Economy: the paradox of the sharing economy. I: *Handbook of the Sharing Economy [Elektronisk resurs]*. (2019). 1-8. Cambridge University Press.
- Bocken, N. Jonca, A. Södergren, K. & Palm, J (2020) Emerge of Carsharing Business Models and Sustainability Impacts in Swedish Cities. *Sustainability*, 12 1594 (4), 1-23 doi:10.3390/su12041594
- Botsman, R. & Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York: HarperCollins.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (Upplaga 3). Stockholm: Liber.
- Böcker, L. & Meelen, T. (2017) Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39. doi: 10.1016/j.eist.2016.09.004

Campos, R., Suarez, M., do Nascimento, T. & Molica, F. (2015). I am dreaming of a car: Longitudinal rites of passage and car consumption, *Advances in Consumer Research*, 43 (1), 324-328. Från <https://www.acrwebsite.org/volumes/1019959/volumes/v43/NA-43>

Cheng, M. (2016) Sharing economy: A review and agenda for future research, *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70. doi:10.1016/j.ijhm.2016.06.003

Ert, E., & Fleischer, A. (2019). The evolution of trust in Airbnb: A case of home rental. *Annals of Tourism Research*, 75, 279-287. doi:10.1016/j.annals.2019.01.004

FN-förbundet (2012) *Omställning till hållbar värld brådskar*. (FN-fakta nr 2/12: Hållbar utveckling). Stockholm: FN-förbundet.

Fremstad, A. (2017). Is there a future for sharing? A comparison of traditional and new institutions. *Journal of Institutional Economics*. 14 (4), 595-616. doi:10.1017/S1744137417000297

Hall, C. M., Le-klähn, D. & Ram, Y. (2017) *Tourism, public transport and sustainable mobility*. Bristol: Channel View Publication

Hartl, B., Sabitzer, T., Hofmann, E. & Penz, E. (2018) "Sustainability is a nice bonus" the role of sustainability in carsharing from a consumer perspective, *Journal of Cleaner Production*, 202, 88-100. doi:10.1016/j.jclepro.2018.08.138

Jonsson, P., Stoppedahl, P. & Sundström. (2015). *Köprevolutionen*. Stockholm: Liber

Kvale, S. & Brinkman, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur

Miljöbarometern. (2020). *Indikator för fossilberoende transporter år 2030*. Hämtad 13 April, 2021, från [Miljöbarometern, https://2030.miljobarometern.se/nationella-indikatorer/beteendet/bilpooler-b3h/bilpoolsbilar/](https://2030.miljobarometern.se/nationella-indikatorer/beteendet/bilpooler-b3h/bilpoolsbilar/)

Möhlmann, M., Teubner, T. & Graul, A. (2019). Leveraging trust on sharing economy platforms: reputation systems, blockchain technology and cryptocurrencies. I: Belk, R.,

Eckhardt G. M. & Bardhi, F. (red). *Handbook of the Sharing Economy [Elektronisk resurs]*. 290-302. Cambridge University Press.

Paterson, M. (2018), *Consumption and everyday life. Second edition*. Aningdon: Routledge

Peeters, P., Dijkmans, C., Mitas, O., Strous, B., & Vinkensteijn, J. (2015) *Research for TRAN committee - Tourism and the sharing economy: challenges and opportunities for the EU*. The Institute of Transport & Tourism, University of Central Lancashire, United Kingdom.

Rennstam, J & Wästerfors, D (2015) *Från stoff till studie, om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur

Shaheen, S.A., Mallery M.A. & Kingsley, K.J. (2012) Personal vehicle sharing in North America, *Research in Transportation Business & Management*, 3, 71-81. doi:10.1016/j.rtbm.2012.04.005

Soneryd, L. & Ugglå, Y. (2011). *(O)möjliga livsstilar*. Lund: Studentlitteratur

SOU 2017:22. *Från värdekedja till värdecykel*. Stockholm: Utredning cirkulär ekonomi.

Tkaczyk, J. & Awdziej, M. (2019), Consumer motivations and attitude towards carsharing services, *International journal of management cases*, 21 (1), 1-82. Från [https://www.researchgate.net/publication/332208943\\_Consumer\\_motivations\\_and\\_attitude\\_towards\\_carsharing\\_services](https://www.researchgate.net/publication/332208943_Consumer_motivations_and_attitude_towards_carsharing_services)

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Trost, J. & Hultåker, O. (2016). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur

Zillinger, M. & Nilsson, J.H. (2019). Delningsekonomin som förändringsfaktor i urban turism. I: Wall-Reinius, S. & Heldt Cassel, S. (red.). *Ymer 2019: Turismens och resandets utmaningar* (årgång 139, 97-118). Svenska sällskapet för antropologi och geografi

Östberg, J., Bengtsson, A. & Hartmann, B. (2018). *Märken och människor: Om marknadssymboler som kulturella resurser*. Lund: Studentlitteratur.

Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber.

## 8. Bilagor

### Bilaga 1: Intervjuguide

Tema	Frågor	Syfte
Bakgrund	Inled med att berätta syfte, etiska principer Berätta om dig själv? <ul style="list-style-type: none"><li>- Namn, ålder, sysselsättning, boende , geografisk plats etc</li></ul>	Öppna intervjun, samt ta reda på personens bakgrund för att kunna analysera hur det påverkar valet att dela
Inledning	Berätta om dina transportvanor i vardagen? <ul style="list-style-type: none"><li>- Körkort/äger bil?</li><li>- Hur transporterar du dig</li><li>- Berätta orsakerna till val av transportmedel?</li></ul>	Hur individens vanor ser ut, för att analysera vad som spelar roll för att dela bilar
Delningsekonomi	<ul style="list-style-type: none"><li>- Berätta lite om dina erfarenheter kring att dela saker med folk du inte känner? Testat själv?</li><li>- Bra/dåliga</li><li>- Din inställning till att dela saker</li></ul>	Reda ut personens kunskap kring delningsekonomi.
Bildelning	<ul style="list-style-type: none"><li>- Berätta om erfarenheter kring bilpooler</li><li>- Vad anser du om bilpooler?</li><li>- Positivt/negativt</li></ul>	Få förståelse för personens inställning till bildelning
Frågor kring livsstil	<ul style="list-style-type: none"><li>- Äga?</li><li>- Status?</li><li>- Miljö?</li><li>- Ekonomi?</li><li>- Bekvämlighet?</li><li>- Tillit?</li></ul>	Försöka hitta barriärer och drivkrafter kring att ingå i bilpooler
Avslut	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tillägga något mer?</li><li>- Tacka för medverkan</li></ul>	Avrunda intervjun.

## **Bilaga 2: Missivbrev till deltagare i enkätundersökning**

Vi är två studenter från Lunds universitet som undersöker människors inställning till att dela bilar och vi skulle bli glada om ni vill hjälpa oss genom att svara på vår enkät. Enkäterna är helt anonyma och du kan välja att avbryta när du vill. Svaren vi får in från dessa enkäter kommer ligga till grund för vårt examensarbete och kommer publiceras för allmänheten via den nationella söktjänsten för uppsatser och examensarbeten. Alla som är över 18 är välkomna att svara på vår enkät.

Enkäten är indelad i 5 teman, inledningsvis ställs frågor kring din bakgrund, sedan kommer frågor kring transportmedel, delningsekonomi, bilpooler, självuppfattning för att sedan avsluta med en öppen fråga där du kan skriva egna tankar. Detta tar ca 10 minuter. Vi uppskattar verkligen om du tar dig tid att delta i vår studie.

Vi söker också personer som kan tänka sig att ställa upp på en intervju, om detta låter intressant så finns möjlighet att skriva in mejladress i slutet av enkäten.

Har ni några frågor så kontakta oss gärna på mejl

em2336se-s@student.lu.se eller el5252we-s@student.lu.se

Tack för din medverkan!

Bästa hälsningar,

Emma och Ellinor

Studenter vid Service Management Lunds universitet

## Bilaga 3: Enkätfrågor

### Bakgrundsfrågor

1. Hur gammal är du?  
 18-25  26-35  36-45  46-55  56-65  65 →
2. Vad identifierar du dig som?  
 Kvinna  Man  Annan identitet
3. Vart bor du?  
 I en storstad (Stockholm, Malmö eller Göteborg)  I en mellanstor stad (40 - 150 000 pers)  I en mindre stad (15 - 40 000 pers)  I annan typ av tätort (< 15 000 pers)  I glesbygd
4. Vart i Sverige bor du?  
 Södra Sverige  Mellersta Sverige  Norra Sverige
5. Var är du uppvuxen?  
 Sverige  Annat EU land  Icke EU-land
6. Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?  
 Studerande  Heltidsanställd  Deltidsanställd  Timanställd  Arbetslös (Antingen aktivt sökande eller ej)  Sjukskriven  Föräldraledig  Pensionär  Annan sysselsättning
7. Vad har du för inkomst per månad?  
 0-14999kr  15000-24999kr  25000-34999kr  35000-44999kr  Högre än 45000kr
8. Vad har du för högst avklarad utbildningsnivå?  
 Gymnasieexamen eller motsvarande  Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)  Examen från högskola/universitet
9. Hur bor du?  
 Lägenhet  Hus  Radhus  Kollektiv  Annat
10. Antal personer i hushållet (Med dig själv inräknat)  
1 2 3 4 5 6 7 fler än 7
11. Har du barn?  
 Ja  Nej

### Frågor om transportmedel

12. Vad är ditt huvudsakliga transportsätt i vardagen?

- Gång  Cykel  Kollektivtrafik  Bil  Elsparkcykel  Annat
13. Har du körkort för personbil?  
 Ja  Nej
14. Äger du en bil?  
 Ja  Nej
15. Jag väljer det transportmedel som tar mig fram snabbast?  
 Håller med  Håller inte med
16. Jag väljer det transportmedel som är billigast för mig?  
 Håller med  Håller inte med
17. Jag väljer det transportmedel som är bäst för miljön  
 Håller med  Håller inte med
18. Jag väljer det transportmedel som är mest bekvämt och flexibelt  
 Håller med  Håller inte med
19. Vilken/vilka orsaker finns bakom valet av ditt vardagliga transportsätt?  
 Tid  Ekonomi  Bekvämlighet  Hållbarhet  Annat: \_\_\_\_\_
20. Om du har bil: Hur ofta använder du din bil?  
 Ett par gånger i veckan  Varje dag  Någon gång i veckan  Sällan  Har ingen bil  
 Aldrig
21. Hur ofta kör du mer än 10 mil?  
 Ett par gånger i veckan  Varje dag  Någon gång i veckan  Sällan  Aldrig
22. Hur ofta åker du kollektivtrafik?  
 Ett par gånger i veckan  Varje dag  Någon gång i veckan  Sällan  Aldrig

### Frågor om delningsekonomi

23. Har du använt någon delningstjänst någon gång? (Exempelvis airbnb, bilpool, elsparkcykel, Uber)  
 Ja  Nej  Osäker
24. Om ja: Hur har dina upplevelser kring delningstjänster varit?  
Mycket dålig  1  2  3  4  5 Mycket bra
25. Vad är/skulle vara ditt främsta skäl till att använda delningstjänster?  
 Ekonomi  Miljö  Status  Bekvämlighet  Flexibelt  Annat: \_\_\_\_\_
26. Jag vill äga min egen bil  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer Helt

## Frågor om bilpooler

27. Har du hört talas om bilpooler?  
 Ja  Nej  Vet inte
28. Vad är din inställning till bilpooler?  
 Positiv  Negativ  Ingen åsikt
29. Har du någon gång använt en bilpool?  
 Ja  Nej  Vet inte
30. Vet du hur du går tillväga för att använda en bilpool?  
 Ja  Nej
31. Är du medlem i någon bilpool?  
 Ja  Nej
32. Om Ja: Vad fick dig att bli medlem i bilpoolen?  
 Smidigt  Ekonomiskt  Bekvämt  Har inget behov av att äga bil  Status  Miljöskäl  Annat
33. Om du inte är med i en bilpool skulle du kunna tänka dig att gå med i en?  
 Ja  Nej  Kanske
34. Om du inte är medlem i en bilpool vilken/vilka är orsakerna (du kan välja flera alternativ)?  
 Krångligt  Ekonomiskt  Bekvämt  Har inget behov av att äga bil  Status  Miljöskäl  Vet inte hur det fungerar  Har inte körkort  Annat: \_\_\_\_\_
35. Om du funderar på att bli medlem i en bilpool vilka faktorer anser du är viktigast?  
 Flexibilitet  Status  Miljöskäl  Ekonomi  Annat: \_\_\_\_\_
36. Jag tror att bildelningstjänster kan passa min livsstil?  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt
37. Jag tror att bilpooler kan underlätta min vardag  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt
38. Det verkar smidigt att använda bilpooler  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt
39. Jag anser att jag har tillräckligt med tekniska kunskaper för att använda en bilpool  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt
40. Jag skulle kunna tänka mig att använda bilpooler om någon av mina vänner rekommenderar detta  
Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt

41. Jag skulle förmodligen använda bilpool i större grad om någon i min närhet också använder dessa tjänster

Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt

42. Det finns inget som hindrar mig från att börja använda bilpool

Instämmer inte alls  1  2  3  4  5 Instämmer helt

### **Självuppfattning**

43. Jag anser att jag är en person som lever hållbart:

Instämmer inte alls  1  2  3  4 Instämmer helt

44. Det är viktigt för mig att passa in i sociala sammanhang?

Instämmer inte alls  1  2  3  4 Instämmer helt

45. Genom min konsumtion visar jag vem jag är?

Instämmer inte alls  1  2  3  4 Instämmer helt

46. Jag konsumerar på liknande sätt som mina vänner och familj gör

Instämmer inte alls  1  2  3  4 Instämmer helt

47. Vilket anser du vara kopplat till mest social status enligt dig?

Att äga sin egen bil  Att vara med i en bilpool

48. Vilket anser du vara kopplat till mest social status enligt samhället?

Att äga sin egen bil  Att vara med i en bilpool

### **Finns det något mer du vill tillägga?**

49. \_\_\_\_\_

50. Kan du tänka dig att ställa upp i en intervju? (ange din mail så kontaktar vi dig)

## Bilaga 4: Frekvenstabeller, korstabeller, Pearsons Chi-square och bakgrundsvariabler

### Har du hört talas om bilpooler?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	116	92.1	92.1	92.1
	Nej	10	7.9	7.9	100.0
Total		126	100.0	100.0	

### Vet du hur du skulle gå tillväga om du vill använda en bilpool?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	55	43.7	43.7	43.7
	Nej	71	56.3	56.3	100.0
Total		126	100.0	100.0	

### Har du någon gång använt en bilpool?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	17	13.5	13.5	13.5
	Nej	107	84.9	84.9	98.4
	Vet inte	2	1.6	1.6	100.0
Total		126	100.0	100.0	

### Jag väljer det transportmedel som är mest bekvämt och flexibelt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Håller inte med	18	14.3	14.3	14.3
	Håller med	108	85.7	85.7	100.0
Total		126	100.0	100.0	

### Vet du hur du skulle gå tillväga om du vill använda en bilpool?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	55	43.7	43.7	43.7
	Nej	71	56.3	56.3	100.0
Total		126	100.0	100.0	

**Vilket anser du vara kopplat till mest social status enligt samhället?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	.8	.8	.8
Att äga sin egen bil	115	91.3	91.3	92.1
Att vara med i en bilpool	10	7.9	7.9	100.0
Total	126	100.0	100.0	

**Vilket anser du vara kopplat till mest social status enligt DIG?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Att äga sin egen bil	96	76.2	76.2	76.2
Att vara med i en bilpool	30	23.8	23.8	100.0
Total	126	100.0	100.0	

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.038 <sup>a</sup>	4	.904
Likelihood Ratio	1.321	4	.858
N of Valid Cases	126		

Signifikansen mellan inställning till bilpool och ålder.

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.009 <sup>a</sup>	2	.366
Likelihood Ratio	2.264	2	.322
N of Valid Cases	126		

Signifikansen mellan vart man bor och om man vill äga sin egen bil.

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.233 <sup>a</sup>	3	.004
Likelihood Ratio	14.992	3	.002
N of Valid Cases	126		

Signifikansen mellan om vilja ingå i bilpool och om man äger egen bil.

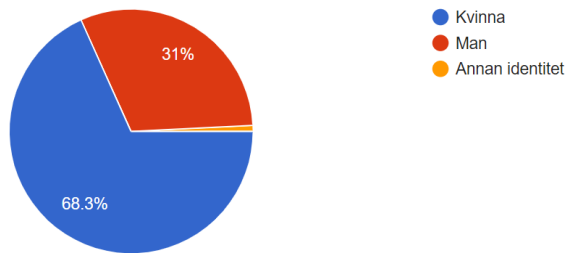
## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.646 <sup>a</sup>	4	.456
Likelihood Ratio	2.908	4	.573
N of Valid Cases	126		

Signifikansen mellan inkomstnivå och inställning till bildningstjänster

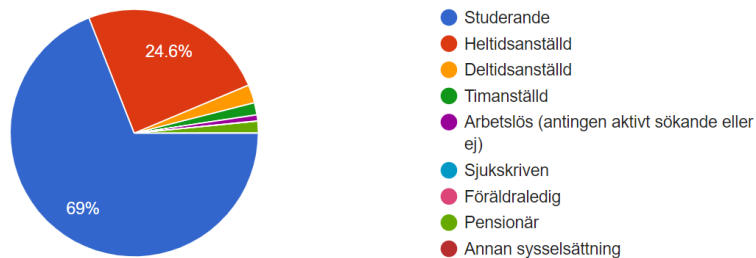
Vad identifierar du dig som?

126 responses



Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?

126 responses



Vart i Sverige bor du?

126 responses

