



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET

"ÄR DET GRATIS ATT LÅNA?"

En kvantitativ studie om motivationer för
och utfall av deltagandet i den icke-kommersiella
delningsekonomin Fritidsbanken

Sara Bromark, Fanny Sjölund

Enheten för företagsekonomi
Civilekonomprogrammet

Examensarbete i företagsekonomi, 30 hp, VT 2019

Handledare: Rickard Olsson

Sammanfattning

Problembakgrund: Delningsekonomi är ett fenomen som växt fram under de senaste åren och lyfts fram som ett alternativ, hållbar marknadslösning för bland annat överkonsumtion. Grunden i en delningsekonomi utgörs av att delare delar med sig av en tjänst eller vara till en användare utan att det sker något ägarbyte. Delningen kan antingen göras mot en monetär ersättning eller i en icke-kommersiell form. Den delningsekonomi som undersöks i denna studie representerar den sistnämnda. Mer specifikt fallstuderas Fritidsbanken i Umeå och hur deras användare har upplevt lånet av sport- och fritidsutrustningen.

Problemformulering: *Vad motiverar låntagare till deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken och vilka utfall kan man urskilja som följd av lånet?*

Syfte: Studiens primära syfte var att utvärdera ekonomiska, sociala samt miljömässiga motivationsfaktorer bakom deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken i Umeå samt vilka likasinnade utfall man kan urskilja som följd. Därmed studeras låntagarnas upplevelser av lånet, både då delningen tar plats och efter att delningen är genomförd. Ett delsyfte var även att kartlägga hur motivationerna drev nöjdheten bland låntagarna. Studien skrevs på uppdrag av projektet Sharing Cities Sweden och ska därför vara en bidragande del i att Sverige ska ta ledningen i världen som ett land som aktivt och kritiskt arbetar med delningsekonomi i städer.

Teoretisk referensram: Med hjälp av beteende- och motivationsteorierna TPB och SDT tillsammans med ett avstamp i fenomenet delningsekonomi, vilka utgör den teoretiska grunden i studien, har diverse hypoteser genererats för att testa studiens variabler.

Metod: Studien bygger på en deduktiv ansats och genom en kvantitativ metod har en enkätundersökning skickats ut till Umeå Fritidsbanks tidigare låntagare för att fallstudera verksamheten Fritidsbanken i Umeå. Totalt registrerades 268 svar, varav 264 svar sedan analyserades genom diverse sambandsanalyser. Variablerna som testades identifierades från tidigare beprövad forskning inom delningsekonomi och kategoriseras till ekonomiska, miljömässiga och sociala.

Resultat: Resultatet visade att ekonomiska och sociala motiv var de som drev Fritidsbankens låntagare till deltagandet, varav de ekonomiska faktorerna var viktigast. Fortsättningsvis visade resultatet att intentioner i viss mån leder till likasinnade beteenden då utfallen delvis kunde förklaras av motivationer av samma karaktär. De som motiverades av miljömässiga skäl var slutligen nöjdast med sitt deltagande.

Slutsats: Problemformuleringen besvaras genom konstaterandet att de ekonomiska och sociala motivationsfaktorerna var de främsta faktorerna till deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken. De utfall som kunde urskiljas var i huvudsak att låntagarna blivit mer miljömedvetna samt mer fysiskt aktiva efter att de lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. Sammantaget kan vi därmed påvisa att Fritidsbanken bidrar till att skapa positiva förutsättningar för sina låntagare, vilket i längden kan gynna staden i stort.

Nyckelord: Delningsekonomi, Fritidsbanken, motivationsteori.

Förord

Det finns många inblandade parter i denna uppsats som vi vill uttrycka vår tacksamhet gentemot. Först och främst vill vi tacka vår handledare Rickard Olsson, som tålmodigt har lyssnat på våra funderingar, stöttat oss när vi stött på problem och gett oss värdefulla insikter till uppsatsen.

Fortsättningsvis vill vi rikta ett stort tack till ansvariga vid Sharing Cities Sweden i Umeå, som denna uppsats är skriven på uppdrag av, däribland projektledare Philip Näslund och Johanna Vilhelmsson. Vi har bara positiva upplevelser från att samarbeta med er och värderar bland annat er välvilja, flexibilitet och engagemang väldigt högt. Därtill vill vi självfallet tacka alla låntagare vid Fritidsbanken som svarat på vår enkätundersökning och delat med sig av sina åsikter, tillsammans med respondenterna i vår pilotstudie och övriga hjälpande händer. Vi vill även tacka Vladimir Vanyushyn som bidragit med kloka idéer och synpunkter angående enkätutformningen, utan din hjälp hade vi fastnat i en labyrint av enkätfrågor.

Slutligen vill vi förstås rikta den största tacksamheten till varandra. Trots intensiva dagar, heta diskussioner och meningsskiljaktigheter, har vi lyckats upprätthålla ett bra samarbete genom hela terminen. Utan varandras stöttning, i både ur och skur, hade vi inte kunnat slutföra uppsatsarbetet. Tack!

Handelshögskolan vid Umeå universitet 2019-05-17.

Sara Bromark

Fanny Sjölund

Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	1
1.1 ÄMNESVAL.....	1
1.2 PROBLEMBAKGRUND	2
1.2.1 Fritidsbanken.....	4
1.3 PROBLEMDISKUSSION.....	4
1.4 PROBLEMFORMULERING	5
1.5 SYFTE.....	5
1.6 AVGRÄNSNINGAR.....	6
2. VETENSKAPLIGA UTGÅNGSPUNKTER.....	8
2.1 ANGREPPSSÄTT	8
2.2 KVANTITATIV METOD.....	8
2.3 FALLSTUDIE	10
2.4 VETENSKAPLIGT SYNSÄTT	10
2.4.1 Kunskapssyn	11
2.4.2 Verklighetssyn.....	11
2.5 KÄLLKRITIK	11
2.5.1 Litteratursökning.....	13
3. LITTERATURGENOMGÅNG.....	14
3.1 DELNINGSEKONOMI	14
3.1.1 Olika definitioner.....	14
3.1.2 Forskning om Fritidsbanken	16
3.1.3 Forskning om icke-kommersiella delningsekonomier.....	19
3.1.4 Annan inflytelserik och relevant forskning.....	21
3.2 THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR	22
3.2.1 Teorins dåtid.....	22
3.2.2 Teorins nutid.....	23
3.2.3 Kritik mot TPB.....	24
3.2.4 Forskning om motivationsfaktorer enligt TRA samt TPB	24
3.3 SELF-DETERMINATION THEORY	25
3.3.1 Inre motivationer.....	26
3.3.2 Yttre motivationer.....	27
3.3.3 Utvärdering av de inre och yttre motivationerna.....	27
3.3.4 Forskning om motivationsfaktorer enligt SDT.....	28
3.4 HYPOTESGENERERING.....	30
3.4.1 Motivationer för deltagandet.....	30
3.4.2 Utfall av deltagandet.....	31
3.4.3 Nöjdhet från deltagandet.....	31
4. TILLVÄGAGÅNGSSÄTT.....	33
4.1 DATA OCH POPULATION	33
4.2 URVALSMETOD	33
4.2.1 Etiska överväganden	34
4.3 VARIABLER	35
4.4 DATAINSAMLINGSMETOD.....	37
4.4.1 Enkätutformning.....	38
4.4.2 Pilotstudie.....	40
4.4.3 Svarsfrekvens.....	40
4.5 BORTFALL	41
4.6 ANALYSMETOD	42
4.6.1 Bortfallsanalys.....	42
4.6.2 Deskriptiv analys.....	43
4.6.3 Sambandsanalyser.....	43
5. RESULTAT OCH ANALYS.....	48
5.1 DESKRIPTIV STATISTIK	48
5.1.1 Demografiska variabler.....	48
5.1.2 Motivationsfaktorer	49
5.1.3 Utfallsfrågor.....	51

5.1.4 Nöjdhet	52
5.2 HYPOTESTEST.....	52
5.2.1 Motivationer för deltagandet.....	53
5.2.2 Utfall av deltagandet.....	54
5.2.3 Nöjdhet från deltagandet.....	55
6. DISKUSSION	57
6.1 UTVÄRDERING AV LÅNTAGARENS UPplevelSER.....	57
6.1.1 Ekonomiska motivationsfaktorer.....	57
6.1.2 Miljömässiga motivationsfaktorer.....	59
6.1.3 Sociala motivationsfaktorer.....	60
6.2 UTVÄRDERING AV UNDERSÖKNINGSMODELL.....	61
7. SLUTSATS	64
7.1 LÅNTAGARNAS UPplevelSER	64
7.2 TEORETISKT OCH PRAKTISKT BIDRAG	65
7.3 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING	66
8. SANNINGSKRITERIER	67
8.1 RELIABILITET	67
8.2 VALIDITET.....	68
9. REFERENSLISTA	70
APPENDIX 1 – ENKÄT.....	77
APPENDIX 2 – OPERATIONALISERING	85
APPENDIX 3 – REGRESSIONSANALYS	86
APPENDIX 4 – MULTIKOLINJÄRITETSMATRIS.....	87

Figurförteckning

Figur 1. Den deduktiva processen	8
Figur 2. Delningsekonomin: ökad åtkomst till tillgångar	15
Figur 3. Fritidsbankens verksamhetsströmmar	18
Figur 4. Teorin om planerat beteende	23
Figur 5. Olika typer av motivationer och bestämmelser inom SDT, tillsammans med dess placering längst kontinuumet av den relativa självbestämelsen.....	28
Figur 6. Datainsamlingsmetod från det positivistiska synsättet.....	33
Figur 7. Studiens undersökningsmodell	35
Figur 8. Fördelningen av kön, sysselsättning, vem man lånar åt samt av barn i hushållet bland respondenterna	49
Figur 9. Fördelningen av antal svar på de båda nöjdhetsfrågorna	52

Tabellförteckning

Tabell 1. En överblick av tidigare forskning inom delningsekonomi	30
Tabell 2. En överblick av metodval från tidigare forskning inom delningsekonomi.....	37
Tabell 3. Cronbach's alpha	44
Tabell 4. Fördelningen av några demografiska variabler.....	49
Tabell 5. Medelvärde och standardavvikelse för alla motivationsfaktorerna	51
Tabell 6. Svartsfördelning och kodning av utfallsfrågorna.....	51
Tabell 7. Regressionsanalys av motivationsfaktorerna.....	53
Tabell 8. Regressionsanalys av ekonomiska utfall	54
Tabell 9. Regressionsanalys av miljömässiga utfall	54
Tabell 10. Regressionsanalys av sociala utfall.....	55
Tabell 11. Regressionsanalys av nöjdhet	55
Tabell 12. Summering av resultatet av studiens hypotestest.....	56

1. Inledning

I det inledande avsnittet introduceras information kring hur fenomenet delningsekonomi beskrivs, hur tillväxten har sett ut, dess största fördelar och utmaningar samt vad tidigare motivationsforskning har etablerat. Från litteratursökningen som har genomförts kan vi konstatera att majoriteten av den tidigare forskningen är gjord med utgångspunkt i kommersiella delningsekonomier. Därefter presenteras information om den icke-kommersiella delningsekonomi som denna studie handlar om: Fritidsbanken i Umeå. Från denna problembakgrund fastställs studiens problemformulering. Dessutom etableras studiens ämnesval, syftet med studien samt dess avgränsningar.

1.1 Ämnesval

Denna uppsats är skriven på uppdrag av projektet Sharing Cities Sweden, vilket är ett nationellt program som undersöker delningsekonomi i fyra olika svenska städer: Göteborg, Malmö, Stockholm och Umeå, varav den sistnämnda är där detta uppdrag tar plats. I Umeå samarbetar projektet med bland andra Umeå kommun, Umeå energi och Västerbottens idrottsförbund. Syftet med projektet är att Sverige ska ta ledningen i världen som ett land som aktivt och kritiskt arbetar med delningsekonomi i städer (Sharing Cities Sweden, u.å.).

Efter samtal med projektet identifierades ett allmänt forskningsgap som visade på att det inte tidigare gjorts någon fallstudie på Fritidsbanken i Umeå. Forskningsgapet innefattar därmed både en geografisk samt verksamhetsmässig aspekt. Att undersöka staden Umeå var enligt författarna av relevans eftersom båda studerar och är bosatta i staden samtidigt som författarna stöttar initiativet avseende den hållbara tillväxten och integreringen som staden arbetar med (Umeå kommun, 2019 b). Att Fritidsbankens verksamhet dessutom är förankrat i en sport- och fritidsståndpunkt, gör verksamheten mer intressant för författarna då båda har ett stort intresse för idrott. Författarna anser vidare att Fritidsbanken driver ett initiativ som är värdefullt och samhällsnyttigt men relativt okänt. När personer i författarnas omgivning har fått vetskap om Fritidsbankens verksamhet har de flesta blivit förvånade över att det är gratis att låna utrustning. Detta föranledde viljan att framföra mer kunskap om verksamheten.

Fortsättningsvis är delningsekonomi ett relativt nytt fenomen som har utvecklats mycket under de senaste åren. Därför tycker författarna att det kändes spännande att få mer kunskap om delningsekonomi, dess utmaningar, möjligheter och inverkan på samhället. Att detta ämne dessutom innefattar ett hållbarhetsperspektiv bidrar till att uppsatsen känns ännu mer aktuell. Att fokus riktades mot att utvärdera vad låntagare motiveras av samt vilka utfall som kunde urskiljas efter låneaktiviteterna, grundades delvis i projektets upplysning om att detta var ett utforskat område. En infallsvinkel var exempelvis att undersöka hur delningstjänsterna påverkar beteende och värderingar samt vilka lokala värden de skapar. Det hade inte tidigare gjorts några utvärderingar kring bland annat ekonomiska, miljömässiga och sociala effekter och därför kommer utfallen som utforskas i vår studie kategoriseras utefter dessa aspekter.

För att kunna mäta låntagarnas beteenden efter lånet, och därtill effekter av lånet, behövde man enligt teorin även mäta de initiala motivationerna. En del tidigare forskning poängterar även att man behöver förstå användarnas motiv och intentioner bakom deltagandet för att få en bredare kunskap om delningsekonomi (e.g. Böcker & Meelen, 2017; Hamari et al., 2016; Hawlitschek et al., 2016; Wilhelms et al., 2017), vilket denna studie har som mål att

generera. Därtill saknades en del forskning inom icke-kommersiella delningsekonomier, allra främst i Sverige.

1.2 Problembakgrund

"The sharing economy is the value in taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to reduced need for ownership of those assets" (Stephany, 2014, s. 9).

Något som karakteriserar en delningsekonomi är möjliggörandet samt underlättandet av peer-to-peer (P2P) liknande utbyten av abonnerade produkter genom digitala plattformar i realtid (Ganapati & Reddick, 2018, s. 77). Med P2P syftar man på en decentraliserad modell, där två individer med liknande intentioner möts på en marknad för att interagera med varandra utan en tredje part (Investopedia, 2018). Att dela med sig av tillgångar som inte används frekvent och därigenom ge andra möjligheten att använda tillgången mot en avgift, utgör grunden i P2P uthyrning (Botsman & Rogers, 2014, s. 106). Det som delas inom P2P plattformar kan vara allt från lägenheter och bilar till verktyg och kläder (Hawlitshchek et al., 2016, s. 4783). En förutsättning för en fungerande delningsekonomi är således att det finns ägare som är villiga att dela med sig av sina tillgångar och låntagare som är intresserade av att använda andras tillgångar (Wilhelms et al., 2017, s. 780).

Delningsekonomi baseras huvudsakligen på kortsiktiga utbyten som kan sträcka sig från ett kontinuum av icke-kommersiella delningstjänster till det marknadsvärde som uppstår vid den faktiska hyran (Ganapati & Reddick, 2018, s. 79). Att kunna hyra och dela något på kort sikt skapar en marknad där säljare och köpare ersätts av delare och användare. Delare och användare som deltar i delningsekonomin beviljar då varandra tillfälligt nyttjande av varandras tillgångar (Frenken & Schor, 2017, s. 4–5). De transaktioner som tar plats i en delningsekonomi är således marknadsförmedlande utan att det sker ett ägarbyte av tillgångarna (Eckhardt & Bardhi, 2012, s. 881), det gäller även då fysiska tillgångar delas (Trenz et al., 2018, s. 895). Själva utbytet av tillgångar är vad som ska skapa värde, snarare än ett värdeskapande genom ägandet av tillgångar. Vanligtvis handlar det dock om att hyra en tillgång, eftersom utbytet görs i kommersiellt syfte (Sundararajan, kapitel 1, 01:21).

De digitala konsumtionsplattformarna skapar även högre tillgänglighet på delningsekonomimarknaden, därför kan delningsekonomi likaledes benämnas som "access economy" (tillgänglighetsekonomi), i alla fall då det sker monetära utbyten (Eckhardt & Bardhi, 2016, s. 217–218). Mängder av ytterligare begreppstolkningar av delningsekonomi har gjorts. Trenz et al. (2018) har sammanställt tidigare forskning inom delningsekonomi från över 400 olika källor och menar att de mest förekommande begreppen är "sharing economy" (delningsekonomi), "access-based consumption" (tillgångsbaserad konsumtion), "collaborative consumption" (samarbetskonsumtion), "access economy" (tillgänglighetsekonomi), varav delningsekonomi är det begrepp som används mest frekvent. Deras forskning visar också att antalet artiklar publicerade om delningsekonomi har ökat markant de senaste åren. Med grund i detta, samt som följd av att projektet Sharing Cities använder detta begrepp när man talar om fenomenet, väljer vi att enbart benämna denna företeelse som delningsekonomi. Det görs även för att underlätta för läsaren.

Delningsekonomin växer som en löpeld (Stephany, 2015, s. 2). 1900-talet präglades av en hyperkonsumtion och fokuserade på det som ägdes. Men under 2000-talet rör vi oss istället mot en ekonomi där man samäger, delar och förfogar saker (Botsman & Rogers, 2010, s. xx). År 2014 uppgick användningen av tjänster inom en delningsekonomi till 15 miljarder dollar, något som förväntas öka till 335 miljarder dollar år 2025 (Pricewaterhousecooper, 2015, s. 14). Anledningar till denna ökning beror enligt Wilhelms et al. (2017, s. 772) bland

annat på att konsumenters beteende har förändrats i takt med att det exempelvis blivit lättare att ögonblickligen utbyta information. Tekniska framsteg har möjliggjort arrangemanget av åtkomstbaserade system. Delningsekonomin, tillsammans med de medföljande åtkomstfördelarna, underlättar även urbaniseringstrenden och sammanfaller med denna strukturella förskjutning (Eckhard & Bardhi, 2012, s. 884). Konsumenters medvetenhet om negativa konsekvenser av överkonsumtion kan också vara en anledning till ökningen (Albinsson & Perera, 2012, s. 303). Samhällets preferenser av konsumtion har överlag vänts mot mer hållbara former och delningsplattformarna har ökat i både storlek och antalet sektorer (Ganapati & Reddick, 2018, s. 79).

År 2015 genomförde Pricewaterhousecooper (PWC) en betydande undersökning om delningsekonomin olika dimensioner och hur den har utvecklats, vilket resulterat i att den blivit citerad i en stor mängd forskning inom delningsekonomi (e.g. Barnes & Mattsson, 2016; Ganapati & Reddick, 2018; Trenz et al., 2018; Wilhelms et al., 2017). Resultatet från PWC's undersökning visade att 44 % av den amerikanska befolkningen är välbekant med delningsekonomin och uppfattar många fördelar. 86 % av dessa håller med om att livet blir billigare genom att använda delningstjänster och 83 % anser att livet blir mer bekvämt och effektivt. Sett ur en miljöaspekt anser 76 % av de som har kännedom om fenomenet, att ett deltagande förbättrar miljön och 78 % är överens om att delningsekonomin minskar avfall och användningen av jordens resurser (Pricewaterhousecooper, 2015, s. 9). Fortsättningsvis uppskattades att 19 % av amerikanerna på något sätt använt sig av delningstjänster (Pricewaterhousecooper, 2015, s. 8–10). Undersökningen visade dock att 72 % av de som kände till fenomenet kunde se sig själva som användare och 51 % som delare inom två år (Pricewaterhousecooper, 2015, s. 17). Detta indikerar på att det finns en stor utvecklingspotential inom marknaden för delningsekonomi.

Airbnb och Uber är de största kommersiella delningsekonomier som existerar idag (Telles, 2016, s. 18) och kan följaktligen återfinnas i en stor del av forskningen inom delningsekonomi (e.g. Bellotti et al, 2015; Böcker & Meelen, 2017; Hamari et al., 2016; Tussyadiah, 2016; Wilhelms et al., 2017). År 2015 hade omkring 40 miljoner hyrt ett rum eller lägenhet via Airbnb (Sundararajan, 2016, Introduktion 18:40). Samma år värderades Airbnb till 30 miljarder US dollar (Axelsson, 2019), vilket var en lika hög värdering som hotellkedjan Marriott International. Uber värderades vid samma tidpunkt till ett marknadsvärde på 68 miljarder US dollar (Schechner & Bensinger, 2015). År 2019 är planen att båda delningsekonomierna ska börsnoteras, varvid det spekuleras i att marknadsvärdet på Uber kommer att nå upp emot 120 miljarder US dollar (TT, 2019). Ytterligare ett exempel på en miljardindustri inom delningsekonomin i USA är branschen för hyrkläder, vilket är en affärsmodell som även etablerats i Sverige på senaste tiden genom butiker såsom Sabina & Friends, Filippa K (Åkerlund, 2018) och Klädoteket (Klädoteket, u.å).

Denna studie utforskar en icke-kommersiell verksamhet, vilket är en organisation som inte har något mål att erhålla ekonomisk ersättning. Till skillnad från en kommersiell organisation, vars beslut fattas utifrån att öka sina intäkter, ska besluten som tas i en icke-kommersiell organisation resultera i bästa tänkbara tjänster utifrån de tillgängliga resurserna (Anthony & Young, 1988, s. 49). Många icke-kommersiella organisationer stöds ofta av bidrag från stöttande organisationer, vanligen i egenskap av kommuner, och inte från försäljning av tjänster (Anthony & Young, 1988, s. 64). Några exempel på icke kommersiella delningsekonomier är Freecycle, Couchsurfing (Telles, 2016, s. 4), Landshare (Gullstrand Edbring et al., 2015, s. 7) och Fritidsbanken. Det finns även exempel på verksamheter som initialt varit icke-kommersiella men övergått till att adoptera ett

kommersiellt syfte, såsom Klädoteket (Klädoteket, u.å). Eller vars verksamhet har upphört, exempelvis Rent-a-toy (Albinsson & Perera, 2012, s. 303).

1.2.1 Fritidsbanken

Fritidsbanken, vilken är den verksamhet som denna studie kretsar kring, är en typ av icke-kommersiell delningsekonomi. Den beskrivs som ett bibliotek, men istället för böcker så är utrustningen som lånas sport- och fritidsprylar. Vem som helst kan låna sport- och fritidsutrustning helt gratis, vilket medför att Fritidsbanken inte har ett kommersiellt syfte. Målet är att man på Fritidsbanken ska kunna bidra till ökad motion och hälsa genom att ge människor tillgång till lek och fritid, på liknande sätt som vanliga bibliotek ökar kunskapen genom att tillgängliggöra kunskap i form av litteratur (Fritidsbanken, u.å. a). Fritidsbanken har på kort tid växt mycket, till att det i dagsläget drivs 88 stycken Fritidsbanker runt om i Sverige. Framtidsvisionen är att etablera minst en Fritidsbank i Sveriges alla kommuner.

Den första Fritidsbanken öppnades år 2013 i Deje utanför Karlstad. Det är fritt fram att starta en Fritidsbank utifrån konceptet, men oftast är det ett samarbete mellan diverse intressenter i egenskap av lokala idrottsföreningar och kommunen. Detta skiljer sig således mellan olika kommuner (Fritidsbanken, u.å. a). Utöver initiativ från lokala delägare, stöttas Fritidsbanken av svenska profiler såsom Anja Pärson, Charlotte Kalla, Börje Salming och Thomas Ravelli (Fritidsbanken, u.å. b). Man har dessutom som policy att inte motta traditionell sponsring, vilket innebär att de inte får marknadsföra sponsring från verksamheter som stöttat genom ekonomiska bidrag eller inlämning av sport- och fritidsutrustning (Fritidsbanken, u.å. c). Arbetskraften på en Fritidsbank kan således på kvällstid utgöras av ideella krafter medan den dagliga driften även fungerar som en praktikplats för arbetsträning (Fritidsbanken, u.å. a).

I denna studie undersöks Fritidsbanken i Umeå, vilken har hållit öppet i drygt ett år när denna studie genomförs, sedan 28/4 år 2018 (Klöfver, 2019). Umeå är norra Sveriges mest befolkningstäta kommun med ungefär 125 000 invånare (i december 2017). År 2016 var antalet studenter omkring 32 000 och det fanns cirka 14 000 företag. Umeå är en stad som ständigt växer och sedan invigningen av Umeå universitet år 1965 har antalet invånare fördubblats (Umeå kommun, 2018 a). Trots den begränsade tidsperiod som Umeå Fritidsbank funnits, var det den Fritidsbank som lånade ut mest redskap under år 2018. Totalt lånade man ut ungefär 14 600 utrustningar (Brännström, 2019). Eftersom Fritidsbankens användare lånar utrustning, kommer studien benämna dessa som låntagare snarare än användare.

1.3 Problemdiskussion

Olson och Kemp (2015, s. 7) menar att delningsekonomin är här för att stanna. Ett skäl till detta är bland annat att delningsekonomier alltid kan sätta ett lägre pris än kommersiella aktörer. Delningsekonomin förväntats även avhjälpa samhällsproblem såsom överkonsumtion, förorening och fattigdom genom att sänka kostnaden för samordning i samhällen (Hamari et al., 2016, s. 2047). Det mest effektiva sättet att minska avfall är att köpa färre nya saker och återanvända det som vi redan har, något som delningsekonomin möjliggör (Botsman & Rogers, 2010, s. 130). Ett mål för projektet Sharing Cities Sweden (u.å.) är att delningstjänsterna ska bidra till en minskad klimatpåverkan samtidigt som det uppmuntrar till social innovation och hållbarhet i städerna. Dessutom speglar delningsekonomin en global beredskap att flytta värden från överdriven konsumtion till mer sparsamma konsumtionsformer och därmed erbjuda hållbara lösningar på vardagliga problem. Om man förflyttar det enskilda ägandet till kollektivet, kan en mindre efterfrågan på konsumtionsvaror ge utrymme för en ny ekonomi som kan minska föroreningar och överdriven energianvändning (Prothero et al., 2011, s. 36). Delningsekonomi ger således en

stor praktisk och ekonomisk känsla för konsumenten, miljön och samhället (Belk, 2014, s. 1599).

Utöver de ekonomiska och miljömässiga fördelarna med att delta i en delningsekonomi, kan man även urskilja sociala fördelar, såsom att man känner en social tillhörighet (Bellotti et al., 2015; Hamari et al., 2016; Hawlitschek 2016). Några av de största motivationsfaktorerna till att delta i en delningsekonomi sträcker sig från att spara pengar och tid till att tjäna pengar och tid, från en bekvämlighetsinrättning till att träffa nya vänner, från att känna sig som en del av samhället till att "göra rätt" för sig. De tillkommande hållbarhetsaspekterna är oftast enbart en oavsiktlig konsekvens. Man ser vidare stora fördelar i att förfoga en tillgång snarare än att äga den (Botsman & Rogers, 2010, s. 73, 100). Tidigare forskning har även identifierat andra motiv såsom nöjet med att delta (e.g. Barnes & Mattson, 2017; Hamari et al., 2016; Tussyadiah, 2016), bekvämlighetsfördelar (Tussyadiah, 2016; Wilhelms, 2017), upplevd nytta (Barnes & Mattsson, 2015; Möhlmann, 2015), rykte och status (Bellotti et al., 2015; Hamari et al., 2016; Wilhelms, 2017) samt en uppfattad tillgänglighet (Hawlitschek, 2016; Matzner et al., 2015). Användare av delningsekonomin upplever att det är ett bekvämt alternativ till "vanliga konsumtionsformer", parallellt med att man upplever en nytta från delningen.

Den största utmaningen som identifieras i delningsekonomin handlar om försäkringsfrågan. Det finns personer som inte förstår hur man hanterar delade tillgångar samt de risker som tillkommer, vilket är problematiskt (Pricewaterhousecooper, 2015, s.12). Denna utmaning har Fritidsbanken hanterat genom att inte hålla någon återbetalningsskyldig för utrustning som går sönder. Istället menar man att det är positivt om något går sönder, då har man förverkligat ett maximalt utnyttjande av utrustningen. Från deras hemsida kan man utläsa följande under sektion vanliga frågor (Fritidsbanken, u.å. c):

Vad händer om något jag lånat går sönder?

Vi brukar säga att man får en klapp på axeln. Då har vi använt sakerna så långt det är möjligt istället för att de har samlat damm i ett förråd. Kom in till oss med det som har gått sönder så ser vi om det går att plocka reservdelar innan vi tar det vidare till återvinningen.

Ytterligare en utmaning som föreligger för delningsekonomin handlar om förtroendeställningen. Det visar sig att 69 % av den amerikanska befolkningen har svårt att lita på delningstjänster innan de har blivit rekommenderade av någon som har använt tjänsten (Pricewaterhousecooper, 2015, s. 9). Möjligheten att administrera utlåning av utrustning i en fysisk butik anser vi emellertid ger mer förtroende än om delningen hade skett elektroniskt. Därför är vår åsikt att ingen av försäkrings- och förtroendeutmaningarna är applicerbara i Fritidsbankens verksamhet och vi har således valt att inte analysera dessa variabler ytterligare i studien. Vi kommer istället undersöka andra faktorer som vi anser vara applicerbara för Fritidsbankens verksamhet, vilka specificeras senare.

1.4 Problemformulering

Med basis i problembakgrunden har studiens problemformulering fastställts till följande: *Vad motiverar låntagare till deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken och vilka utfall kan man urskilja som följd av lånet?*

1.5 Syfte

Studiens primära syfte är att utvärdera ekonomiska, miljömässiga samt sociala motivationsfaktorer bland låntagare för deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken i Umeå samt vilka likasinnade utfall man kan urskilja som

följd av deltagandet. Därmed studeras låntagarnas specifika upplevelser av lånet, både när delningen tar plats och efter att delningen är genomförd. Deltagandet speglas i Fritidsbankens verksamhet i form av ett lån av sport- och fritidsutrustning. Dessutom finns ett syfte i ett större perspektiv från uppsatstuppslagsgivaren Sharing Cities Sweden som denna studie förhoppningsvis ska bidra till att uppfylla. Detta syfte är att Sverige ska ta ledningen i världen som ett land som aktivt och kritiskt arbetar med delningsekonomin i städer (Sharing Cities, u.å.). Den icke-kommersiella delningsekonomin som studeras är Fritidsbanken i Umeå, men målet är att resultatet ska kunna appliceras till låntagare från andra Fritidsbanker med liknande förutsättningar.

I och med att datainsamlingen sker genom en enkätundersökning som är riktad till tidigare låntagare samt att det saknas en del forskning inom området, blir ett delsyfte även att kartlägga demografi och beteende bland Fritidsbankens användare för att öka kunskapen i allmänhet. Bland annat utvärderar studien utfallet gällande hur nöjda låntagarna är sammantaget med Fritidsbanken, detta genom att studera deras intentioner att rekommendera Fritidsbanken samt att låna från Fritidsbanken återigen. På så sätt kan studien samla in kunskap om hur deras beteendemönster ser ut samt hur väl etablerat uppträdandet är i en större massa. I och med att det finns ett gap avseende tidigare studier inom icke-kommersiella delningsekonomier, med betoning på den typ icke-kommersiella delningsekonomi som denna studie undersöker, syftar studien till att ge ett bidrag till nuvarande teori och litteratur genom att testa om de teoretiska implikationerna överensstämmer med den verklighet som studeras: Fritidsbanken.

1.6 Avgränsningar

Författarna av studien vill vara noga med att markera att studien tar avstamp i en tydlig geografisk avgränsning till enbart området Umeå kommun, då projektets testbädd är belägen här. Ytterligare avgränsningar behöver göras i datainsamlingen som följd av att tillgången till data varit begränsad. Den slutliga datatillgången sträckte sig till de senaste sex månaders registrerade låntagare vid Fritidsbanken för att vara i enlighet med GDPR. Detta kommer således innebära begränsningar i generaliserbarheten. I och med att datan enbart sträcker sig över registrerade låntagare kommer de som enbart har nyttjat utrustningen att åsidosättas i denna studie. Det innebär exempelvis att de som har varit delaktiga i en fotbollsmatch och därigenom nyttjat en fotboll som lånats från Fritidsbanken inte kommer att studeras i studien. Även dessa har indirekt deltagit i delningsekonomin och denna avgränsning bör därför nämnas som en begränsning i studien.

Fortsättningsvis kommer enbart en sida av delningsekonomin att studeras, det vill säga de som använder sport- och fritidsutrustningen genom att låna dem och inte de som har delat med sig (lämnat in) av utrustningen till Fritidsbanken. I en del av den tidigare forskning som gjorts på ämnet har bägge sidorna, det vill säga både användarna och delarna, av delningsekonomin inkluderats. I denna studie kommer dock enbart låntagarsidan att beaktas då det är användarnas motivationsfaktorer som studeras. Detta är en avgränsning som studien behövt göra på grund av datatillgången och syftet som studien ska uppnå.

Utöver detta så har de variabler som studeras delats in i tre olika etablerade kategorier: ekonomiska; miljömässiga och sociala. Dessa har varit några av de mest återkommande motivationsfaktorerna och därför har studien valt att begränsa sig till dessa tre övergripande element. Denna kategorisering gjordes även för att underlätta analysen och eftersträva de kunskapskrav som ställs. Det innebär dock att en del variabler som studerats i tidigare forskning inom delningsekonomi kommer att åsidosättas eller integreras partiellt i de tre kategorierna. Dessa variabler är bland annat bekvämlighetsfaktorer, rykte, status, nöje och lokaliseringsfördelar. Kategoriseringen av de tre nämnda variablerna gjordes trots allt då

studien behövde avgränsa sig utefter den tidsram som finns, de kunskapskrav som ställs på arbetet och för att underlätta analysarbetet. Som en förlängning av detta testar studien även utfallen av låneaktiviteterna utifrån dessa tre faktorer. De utfall som testas är också indelade efter de tre olika kategorierna för att se om det finns något samband mellan ett visst utfall och ett liknande motiv.

2. Vetenskapliga utgångspunkter

I följande avsnitt behandlas bland annat information om studiens vetenskapliga utgångspunkter, vilken typ av studie som kommer att genomföras samt det angreppssätt som valts. Här motiveras också valet av att genomföra en kvantitativ studie med avstamp i en enkätundersökning som datainsamling. Dessutom görs en omfattande kritisk granskning av de källor som används i studien med hjälp av fyra principer.

2.1 Angreppssätt

Det angreppssätt man förhåller sig till speglar hur man som forskare uppfattar relationen mellan teori och praktik. Inom samhällsvetenskapen är de vanligaste angreppssätten deduktiv och induktiv teori, varav deduktiv teori är mest frekvent förekommande och även det angreppssätt som denna studie utgår från. Kortfattat innebär den deduktiva ansatsen att man utgår från teorin, för att sedan formulera hypoteser som testas för att så småningom dra slutsatser om resultatet. Det induktiva angreppssättet genererar, i kontrast till den deduktiva ansatsen, teorin som resultatet av forskningen (Bryman & Bell, 2017, s. 42–43). Majoriteten av delningsekonomiforskare använder sig enligt vår uppfattning av ett deduktivt angreppssätt, exempelvis då man operationaliserar den konceptuella modellen genom att härleda mätvariablerna från tidigare forskning (Tussyadiah, 2016, s. 74). På liknande sätt utgår denna studie från resultat av tidigare forskning för att definiera variabler och formulera hypoteser. Syftet är inte att generera en ny teori, utan att testa en redan etablerad teori genom låntagares åsikter från en enkätundersökning. Processen för den deduktiva ansatsen illustreras nedan i figur 1, dock är det viktigt att ha i åtanke att en deduktiv process oftast inte är så linjär som figuren beskriver (Bryman & Bell, 2017, s. 42–43).



Figur 1. Den deduktiva processen (Bryman & Bell, 2017, s. 43: vår bearbetning).

Initialt (steg 1) påbörjas den deduktiva processen med överväganden kring den kunskap man innehar inom ett visst område, främst i form av relevanta teorier. Därefter (steg 2) härleds en eller ett flertal hypoteser, vilka kommer att genomgå en empirisk granskning, för att sedan förkastas eller bekräftas i steg 5 (Bryman & Bell, 2017, s. 43). Syftet med att genomföra hypotesprövning är att testa om det finns så pass stora skillnader mellan skattningar av datan att man kan utesluta slumpen (Edling & Hedström, 2003, s. 48). Detta arbete är delvis viktigt eftersom hypoteserna, tillsammans med överväganden om teori, lägger grunden och styr nästa steg i processen: datainsamlingen. I det sista steget i den deduktiva processen revideras den teori som låg grund för studien utifrån resultaten som framkommit (Bryman & Bell, 2017, s. 43).

2.2 Kvantitativ metod

Datainsamlingen till denna studie har valts att realiserats med utgångspunkt i en kvantitativ metod. Rent konkret kommer datan samlas in i form av svar från en enkätundersökning som är riktad till tidigare låntagare vid Fritidsbanken i Umeå. Genomförandet av en enkätundersökning gör det möjligt att nå ut till ett stort antal respondenter samtidigt som det är en relativt tidseffektiv metod (Denscombe, 2018, s. 53–54), något som var önskvärt i denna studie. Anledningen till valet av att genomföra en kvantitativ studie istället för en

kvalitativ studie är framförallt för att denna studie betonar kvantitet gällande datainsamling. Det beror till stor del på att studien genom projektet fått förfogande till Fritidsbankens låntagares kontaktuppgifter. Eftersom det är så pass många som har lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken, fanns det ett relativt stort urval som kan generera mycket data, vilket föranledde valet av att genomföra en kvantitativ studie. Då vi därtill vill undersöka om detta beteende var djupt förankrat hos flera av låntagarna behövdes ett stort stickprov för att uppfylla studiens syfte. Om metoden istället hade utgått från en kvalitativ studie kunde datainsamlingen skett med hjälp av längre intervjuer med ett färre antal av Fritidsbankens låntagare (Saunders et al., 2016, s. 390). På så sätt hade vi även kunnat undersöka varför Fritidsbankens låntagare betar sig på ett visst sätt. Dock är kvantiteten inte det enda som bör betonas i valet mellan en kvantitativ metod och en kvalitativ metod, utan inställningen till kunskapsteorier skall också beaktas (Bryman, 2018, s. 198–199).

Att genomföra en studie enligt en kvantitativ metod innebär att man samlar in en större mängd observationer, varvid observationerna i sig innehåller en ganska begränsad mängd information (Edling & Hedström, 2003, s.11). Vidare är forskare som använder den kvantitativa metoden i huvudsak intresserad av fyra områden: mätning, kausalitet, generalisering och replikation, varav mätningen är det viktigaste perspektivet att beakta. Dessa aspekter kan grovt sammanfattas med att forskningsmålet är att beskriva små skillnader och samband genom bland annat skattningar av aktuella variabler samt implementera sambandsanalyser. I denna studie genomförs bland annat diverse deskriptiva statistiska analyser för att kontrollera spridningsmått samt regressionsanalyser för att utforska relationen mellan huvudvariablerna och testa forskningshypoteserna. Man vill även undersöka varför något är på ett visst sätt samt kunna applicera resultatet och slutsatserna på en större grupp (Bryman & Bell, 2017, s. 179–180). I denna studies fall är det önskvärt att resultatet är applicerbart på tidigare låntagare från samma tidsperiod vid Umeås Fritidsbank samt för andra Fritidsbanker med liknande förutsättningar. Dessutom ska resultatet av forskningen kunna upprepas av annan forskare med samma utfall (Bryman & Bell, 2017, s. 181).

Den kvantitativa forskningen tenderar vidare att sammankopplas med en analys av specifika variabler (Denscombe, 2018, s. 24). I denna studie är det mer specifikt tre stycken huvudsakliga variabler som utvärderas: ekonomiska, miljömässiga och sociala faktorer. Det gäller både när vi studerar motivationer och utfall. Utifrån detta vill studien ge en tydlig bild av det som ska studeras, det vill säga av det datamaterialet från Fritidsbanken som samlats in. Med grund i detta, är det mest passande att genomföra en kvantitativ studie. Den tilltänkta studien kommer tillika att konstrueras på befintlig forskning och teorier om motivationer som sedan hypotestestas (Collis & Hussey, 2014, s. 51–52).

Den tidigare forskningen om motivationsfaktorer som har identifierats från litteraturgenomgången har använt sig av en kvantitativ metod i ungefär samma utsträckning som den kvalitativa metoden. Men då fokus i denna studie inte är att undersöka vilka motivationsfaktorer som kan återfinnas i en delningsekonomi, utan att se hur applicerbara de återkommande signifikanta faktorerna är i en icke-kommersiell delningsekonomi, föll valet på en kvantitativ studie. För att kunna testa i vilken utsträckning som delar av populationen tycker på ett visst sätt samt vad dem motiveras av, kan man argumentera ytterligare för valet av en kvantitativ metod (Trost & Hultåker, 2016, s. 22). Det är slutligen ett naturligt inslag i en kvantitativ studie att följa det deduktiva synsättet som huvudsakligt angreppssätt, vilket uppfylls i denna studie. Likaså uppfylls detta inslag inom den kunskapsteoretiska synen och verklighetssynen (se avsnitt 2.4.1 & 2.4.2) för denna studie (Bryman & Bell, 2017, s.58).

2.3 Fallstudie

En fallstudie används för att studera ett fenomen i sin naturliga miljö. Fallet som studeras kan exempelvis vara en verksamhet (Collis & Hussey, 2014, s. 68). I denna studie fallstuderas fenomenet delningsekonomi i verksamheten Fritidsbanken i Umeå. Genom en fallstudie möjliggörs forskningsdjupet i en specifik situation som därmed kan beskrivas i detalj (Denscombe, 2018, s. 88). Förekomsten av ett särskilt fenomen fokuseras i fallstudien för att få en djupare förståelse för händelser i det särskilda fallet. Syftet med fallstudien är att "belysa det generella genom att titta på den specifika" (Denscombe, 2018, s. 85) och resultatet är tänkt att representera verkligheten (Ejvegård, 2009, s. 35).

Det vanligaste är att kombinera en fallstudie tillsammans med en kvalitativ metod, men det förekommer även många fall där det sker i kombination med en kvantitativ metod. Fallstudierna används då, genom att följa en deduktiv ansats, för att testa teorier och undersöka om teorierna påstår faktiskt kommer att inträffa i den verkliga världen. På detta sätt kan fallstudien antingen "försöka underbygga teorins värde genom att visa hur den fungerar i verkligheten", eller "försöka testa hur en viss teori kan tänkas fungera under de särskilda omständigheterna som råder i det specifika fallet" (Denscombe, 2018, s. 88–89). Enligt Yin (2009, s. 63) kan man även kombinera en enkätundersökning tillsammans med en fallstudie, varav enkätundersökningen görs för de specifika fallet.

Eggeby och Söderberg (1999, s. 43) påstår att en fallstudie inte kan generaliseras. De menar tillika att om en del av populationen inte haft möjlighet att räknas in i urvalet är inte urvalet representativt för hela populationen. Andra forskare menar att fallstudier ofta är unika för det specifika fallet och dess omständigheter och att endast studera ett fall är för lite för att uttala sig om en hel verklighet (Denscombe, 2018, s. 93). Målet är istället att generalisera den teoretiska propositionen och inte hela populationen (Yin, 2009, s. 15). Förhoppningen var initialt att resultaten i denna studie skulle kunna appliceras på hela Fritidsbankens population och eventuellt andra Fritidsbanker i Sverige som faller inom samma ramverk. Men med tanke på att det bara är ett fall som undersöks under en begränsad tidsperiod, kommer resultatet mest troligen enbart vara applicerbart för stickprovet. Resultatet kan sedermera användas för att underbygga teorin, i detta specifika fall utvärdera hur delningsekonomi, TPB och SDT avspeglas i Fritidsbankens verksamhet.

Enligt Saris och Gallhofer (2014, s. 4–5) behöver man även definiera om studien är av deskriptiv eller utforskande karaktär innan man bestämmer vad som ska testas i studien. En deskriptiv studie görs främst för att beskriva distributionen av respondenter för ett specifikt ämne och en utforskande studie görs för att bestämma anledningar till varför distributionen ser ut på ett visst sätt. En utforskande studie ska främst besvara på frågan "vad" och kan kombineras med flera olika undersökningsmetoder, däribland en enkätundersökning (Yin, 2009, s. 9). Utförandet av denna studie är mer av en utforskande karaktär, då den utvärderar motivationsfaktorer bakom deltagandet i en icke-kommersiell delningsekonomi. Därtill testas även hur starka samband som föreligger mellan de olika variablerna. Ett delsyfte i studien är dock att kartlägga distributionen bland låntagarna och därför återfinns inslag av deskriptiv karaktär.

2.4 Vetenskapligt synsätt

Studien har tagit ställning till synsätt utifrån båda huvudsakliga synsätten inom företagsekonomisk forskning: det epistemologiska synsättet samt det ontologiska synsättet, för att begränsa studiens inriktning (Bryman, 2018, s. 41).

2.4.1 Kunskapssyn

Epistemologin definierar Bryman (2018, s. 51) som kunskapssynen. Kunskapssynen behandlar frågan om vad som egentligen kan betraktas som kunskap inom ett visst ämnesområde. Här involverar man även förhållandet mellan själva forskaren och forskningsobjektet, det vill säga det som undersöks. Inom epistemologin finns det i sin tur två paradig, eller förhållningssätt; positivism och interpretivism, vilka är vitt skilda från varandra (Collis & Hussey, 2014, s. 47).

Inom den positivistiska kunskapssynen studerar man den sociala verkligheten och dess aspekter utifrån naturvetenskapliga metoder på ett objektivt sätt. Detta står i kontrast till den interpretivistiska kunskapssynen där kritik riktats mot den naturvetenskapliga synen på den sociala verkligheten eftersom människors beteende skiljer sig från naturvetenskapens studieobjekt. Den interpretivistiska synen fokuserar istället på den subjektiva tolkningen av människors beteende och på att fånga en subjektiv innebörd av den sociala handlingen (Bryman, 2018, s. 51–52). Positivisterna menar dessutom att det enda som kan betraktas som kunskap är fenomen som går att iakttä och mäta (Collis & Hussey, 2014, s. 47) och tonvikt ligger därför på att kunna transformera begrepp till mått för att kunna mäta fenomenet som studeras (Bryman & Bell, 2017, s. 168). Denna studie kommer att utgå från det positivistiska synsättet inom kunskapssynen, vilket innebär att det är relevant att sträva efter att nå objektivitet och oberoende i tillvägagångssättet. Vi är dock medvetna om att det är näst intill omöjligt att vara helt opartisk och därför är det högst sannolikt att våra egna värderingar kommer att ha en inverkan på ett eller annat sätt.

2.4.2 Verklighetssyn

Ontologi definieras som verklighetssynen eller "lärandet om varandet" och rör frågor om de sociala aktörernas roller i den verkligheten vi existerar i (Bryman & Bell, 2017, s. 52). Bryman (2018, s. 57–58) beskriver de två ståndpunkterna inom den ontologiska verklighetssynen som objektivism och konstruktionism. Med objektivism menas att sociala företeelser har en oberoende existens av sociala aktörer, det vill säga att individer möter sociala företeelser som de inte kan påverka då de ligger utanför individens förmåga. Den andra ståndpunkten, konstruktionismen, utgår å andra sidan från att sociala företeelser skapas genom samspel mellan sociala aktörer och att individer trots allt kan påverka. Collis & Hussey (2014, s. 47) benämner de två ståndpunkterna inom ontologin som positivism och interpretivism, liksom epistemologin, och menar att positivisterna anser att det bara existerar en verklighet, viken alla har samma uppfattning om.

Inom verklighetssynen kommer denna studie att utgå från det objektivistiska synsättet, vilket innebär, liksom inom kunskapssynen, att studien strävar efter att nå objektivitet och oberoende i studiens tillvägagångssätt. Det innebär att vi kommer engagera oss ytterst lite i respondenternas verklighet och tillämpa en förutbestämd teoretisk referensram. Valet av dessa vetenskapliga utgångspunkter speglas även i enkätutformningen och lägger grunden för hur frågorna i enkäten ställs och analyseras. Detta diskuteras mer utförligt i avsnitt 4. Det är vidare önskvärt för objektivismen att nå ett resultat som kan generaliseras från stickprovet till hela populationen (Collis & Hussey, 2014, s. 50). Förhoppningen är således att resultaten kan spegla alla Fritidsbankens låntagare i Umeå samt i viss mån kunna appliceras på andra Fritidsbanker i Sverige som faller inom samma ramverk.

2.5 Källkritik

Då de källor som används i studien har granskats, har studien bland annat följt de fyra krav som Ejvegård (2009, s. 71–73) menar bör övervägas i samband med att man bedömer tillförlitligheten i källan, nämligen kraven om äktbarhet, oberoende, färskhet och samtidighet. Dessa krav är även i princip enligt med de kriterier som Thurén (2013, s. 7–8)

tillämpar i källkritiken. Att reflektera över den litteratur som används i studien anses som en mycket viktig del då de källor som används ligger på en växlande kompetensnivå och bör därför ifrågasättas. Användningsområdet som dessa källor täcker är likväl bred, allt för att stötta, argumentera, belysa och reflektera över problematiken i studien.

Kravet om äktbarhet

För att uppfylla det första kravet bör man ställa sig frågan om materialet är äkta (Ejvegård, 2009, s. 71). Litteratursökningen har därför genomgående i denna studie begränsats till databaser via Umeå universitetsbibliotek. I den utsträckning som är möjligt har litteratursökningen förutom detta haft sin utgångspunkt i databaser inom ekonomi som övergripande ämne såsom Business Source Premier (Ebsco), Emerald Business, Management and Economics eBooks (Emerald) och Retriever Business (Retriever). Valet att främst använda Umeå universitetsbiblioteks databaser i vår litteratursökning grundas i att försöka begränsa antal sökträffar. En databas såsom Google Scholar genererar betydligt fler träffar och kräver mer specifika sökord. Ytterligare medel som har använts för att säkerhetsställa källans tillförlitlighet är genom att filtrera sökningarna på artiklar som är ”peer reviewed” samt kontrollera att forskningen har citerats i annan forskning. Materialet som återfunnits från databaserna och journalerna har sedan bearbetats, bland annat för att finna mer forskning. Detta har i sin tur genererat ytterligare källor som redan är citerade i annan forskning.

Förutom ovanstående har författarna använt kurslitteratur från tidigare genomförda kurser på Handelshögskolan, bland annat från kurser i statistik och vetenskaplig metod. Därtill har kompletterande metodlitteratur som speglar den valda metoden eller specifika ämnesböcker inom ämnet delningsekonomi lånats från Umeå universitetsbibliotek. Ett undantag är Sundararajan's bok “The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism”, som vi inte fick tillgång till via Umeå universitetsbiblioteks databas utan istället lyssnade på som ljudbok via Storytel.

Kravet om oberoende

Innebörden i detta krav är främst att se till att använda primärkällor i sin forskning, i alla fall då man presenterar de viktigaste fakta. Om något har tagits ur sitt sammanhang kan det uppfattas på ett felaktigt sätt, därför ska man försöka vara oberoende av sekundärkällor (Ejvegård, 2009, s. 71). Detta krav säkerhetsställs dels i och med att studiens resultat baseras på en enkätundersökning, där enbart primärdata insamlas. I övrig litteratursökning och insamling utgår studien som huvudregel enbart från primärkällan, med vissa undantag då primärkällan inte återfunnits. Om primärkällan inte återfinns, har kravet om oberoendet eftersträvas genom att säkerhetsställa att det finns minst två refereringar till den aktuella källan från andra vetenskapliga artiklar av relevans. För teorin SDT har inte primärkällan återfunnits, som härstammar från år 1985. Därför har information från två nyare källor används, skrivna av samma författare som etablerat teorin. Detsamma gäller för forskningen som benämns i metodboken “Handbook of Marketing Scales” (Bearden et al., 2011) som användes som grund till vissa frågor i enkäten.

Kravet om färskhet

Tumregeln för detta krav är att det är bättre att använda nyare källor än gamla källor (Ejvegård, 2009, s.72). Målet för litteratursökningen i denna studie är därmed att begränsa inkluderandet av tidigare forskning till 20 år, det vill säga från och med år 1999. Denna tidsbegränsning känns rimlig att anta för denna studie då fenomenet om delningsekonomi är relativt nytt. Att inkludera källor som är äldre än så görs enbart i undantag, bland annat för att motivera ämnet delningsekonomi och teorier men även i val av metoder, datainsamling och urval.

I Thurén (2013, s. 8) är Ejvegårds (2009) tredje krav ersatt av kravet om tendensfrihet. Detta krav gör anspråk på huruvida man bör misstänka att källan visar en verklighetsbild som inte är korrekt. Däremot belyser Ejvegård (2009, s.71) att källorna ska uppnå saklighets- och objektivitetskravet, vilket liknar detta krav. För att säkerställa att detta krav är uppfyllt i denna studie har varierande sorter av källor använts för att försöka lyfta in flera aspekter av det aktuella ämnet. Ett exempel på en källa som används i studien var en djupintervju med varumärkes- och kommunikationsansvarige Henric Byström på Fritidsbanken, som gjordes i samband med projektet Hållbara Livsstilar: Hur du lyckas med insats och värdering. Här fick vi inte tillgång till någon skriftlig utskrift av intervjun, trots att vi mailade projektansvarige. Det hade inte gjorts någon transkribering av intervjun och därför fick vi enbart grunda vår sammanfattning på en videoinspelad intervju.

Kravet om samtidighet (benämnd som kravet om tidssamband i Thurén, 2013).

Det sista kravet handlar om att se till att händelsen som studeras inte ska ligga alltför långt bort i tiden. Detta har dels att göra med att människan är glömsk, något som kan bidra till att redogörelsen blir mindre adekvat om man väntar några år från händelse till redogörelse (Ejvegård, 2009, s.73). Ju längre bort i tiden fenomenet som ska studeras ligger, desto svårare blir det att helt förlita sig på den källan (Thurén, 2013, s.7). När man arbetar med etablerade teorier som är något äldre, blir detta krav svårt att uppfylla. I denna studie gäller det för teorierna Theory of Planned Behaviour (TPB) och Self-determination theory (SDT). Ursprunget i händelsen ligger således ganska långt från nutid, men samtidigt har teorierna utvecklats under en längre period. Däremot är delningsekonomi ett relativt nytt definierat fenomen som växt fram under de senaste åren. Dessa ovan nämnda teorier har dock använts i en del tidigare forskning om delningsekonomi, som genomförts under de närmaste åren. Därför blir slutsatsen att dessa teorier är relevanta att undersöka även i vår studie.

2.5.1 Litteratursökning

Studiens litteratursökning har till allra största del utgjorts av att vi återfunnit primärkällan i diverse forskningsartiklar om delningsekonomi. Rent konkret innebär de att vi först har genomfört en sökning på ett nyckelord i någon av ovan nämnda databaser, för att sedan återfinna en relevant artikel som vi tycker speglar det vi vill undersöka. Utifrån denna artikel har vi sedan återfunnit primärkällan för den återberättade texten som behandlats i artikeln från sökningen i databasen. Bland annat har vi använt Trenz et al. (2018) sammanfattande forskning för att återfinna etablerad forskning inom delningsekonomi. Ett urval av alla sökord som använts i litteratursökningen är sharing economy, access economy, peer-to-peer, collaborative consumption, access-based economy, noncommercial, non-profit, non-monetary. Därefter har vi även filtrerat sökningen med hjälp av att enbart söka efter "peer reviewed" artiklar från 20 år tillbaka. Från dessa sökord kunde vi således påträffa ett flertal relevanta artiklar från tidigare forskning inom området som genererade flera andra vetenskapliga artiklar då primärkällan eftersöktes. På sätt resulterade litteratursökningen i tidigare forskning som är etablerad inom området som är relevanta för vår studie.

3. Litteraturgenomgång

Studiens teoretiska referensram utgörs av teorierna TPB och SDT samt ett avstamp i fenomenet delningsekonomi. De testas på grund av att mycket tidigare forskning inom delningsekonomi har använt dessa teorier. Delningsekonomi är det fenomen som denna studie baseras på, därför behandlas ytterligare information om detta. Dessutom finns det ett antal olika begreppstolkningar av fenomenet delningsekonomi som sammanvägs i avsnittet. Dessa teorier återkopplas sedan till den tidigare forskningen för att slutligen generera studiens hypoteser.

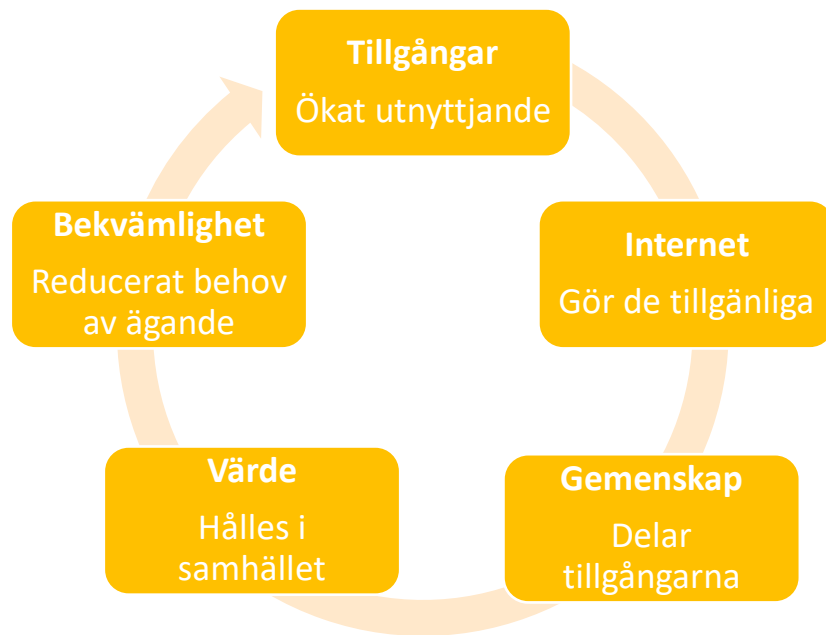
3.1 Delningsekonomi

Som nämnt i det inledande kapitlet finns det många olika definitioner och begreppstolkningar av fenomenet delningsekonomi. Därför är det svårt att definiera begreppet på ett enkelt sätt, något som är problematiskt. Studien har därför försökt lyfta fram olika definitioner från flera av de mer etablerade forskarna inom delningsekonomi för att skapa en så rättvis bild av fenomenet som möjligt. Delningsekonomi är trots allt den underliggande företeelse som denna studie tar avstamp i och därför ansåg författarna att det krävs mer information om ämnet och dess innebörd.

3.1.1 Olika definitioner

Stephany (2015, s. 9–12) lyfter fram fem huvudsakliga element i sin definition av delningsekonomi (se figur 2). Den första faktorn handlar om det ömsesidiga ekonomiska *värdet* som delningen innebär. Oftast handlar det om inkomstgenererande utbyten, men ibland förefaller inkomstmotiven tillfälliga eller existerar enbart för att möjliggöra delningen. Delningen kan även ske genom gåvor, då man byter oönskade eller sällan använda tillgångar med varandra. Detta benämns då som “gift economy” (gåvoekonomi). Det andra elementet är att det finns *tillgångar* med en utnyttjad kapacitet. Värdet av tillgången ligger i dess så kallade “tomgångskapacitet”, vilket syftar till den tidsperiod då man kan utvinna extra värde från den. Det innebär att man omvandlar tillgångens stilleståndstid till intäkter, oavsett om tillgången är en cykel eller tiden som någon hade kunnat använda cykeln för att leverera ett paket.

För att tillgången ska kunna utnyttjas maximalt, behöver den även vara åtkomstbar på *internet*. Detta utgör det tredje elementet i Stephany’s definition av delningsekonomi. Att göra en tillgång åtkomstbar kan innebära att man säljer, hyr, ger bort eller byter bort den. Utöver detta krävs även att tillgången ingår i en *gemenskap*. I en framgångsrik delningsekonomi engageras alla deltagare i samhället och litar på varandra. Oftast är denna gemenskap uppbyggd kring intressegrupper. Det sista elementet handlar om en känsla av *bekvämlighet*. Då alla tidigare nämnda parametrar är uppnådda, kommer ett deltagande i en delningsekonomi resultera i ett reducerat behov av ägande.



Figur 2. Delningsekonomin: ökad åtkomst till tillgångar (Stephany, 2015, s. 12: vår bearbetning).

Botsman och Rogers (2010, s. 75–76) myntade begreppet samarbetskonsumtion och är således mycket inflytelserika inom forskningen. De hävdar att alla delningsekonomier består av fyra huvudsakliga principer, varvid alla är lika viktiga. Dessa är kritisk massa, tomgångskapacitet, förtroende för systemet och tillit mellan främlingar. Den första principen är en sociologisk term som beskriver de drivkrafter som finns i ett system och krävs för att det ska bli självunderhållande. Detta är ett viktigt inslag i en delningsekonomi av flera olika anledningar, dels för att det relaterar till de beslut som en kund tar i samband med ett köp. Kunden söker bland annat tillfredsställelse och bekvämlighetsinrättning. Det behöver således finnas tillräckligt med valmöjligheter för kunden. Den andra principen handlar om den outnyttjade potentialen av saker som används sällan, vilket benämns som en tillgångs “tomgångskapacitet” (Botsman & Rogers, 2010, s. 83). Detta är även i linje med det andra elementet som Stephany (2014) lyfte fram i sin definition av delningsekonomin.

Den tredje principen refererar till förtroendet för sådant som tillhör oss alla, det vill säga sådant som är tillsatt för publik användning. Botsman och Rogers (2014, s. 88-91) menar att delningsekonomin är knutet till strävan efter att vara en del av en lösning eller en rörelse av människor med liknande intressen. Desto fler människor som är delaktiga, desto bättre fungerar systemet för alla = det finns en nätverkseffekt. En ensam telefon är värdelös, men ju fler som använder sig av telefonen, desto mer värdefull blir den. Så varje person som deltar i en delningsekonomi skapar värde för en annan person, trots att detta inte var intentionen initialt. De flesta former av delningsekonomier kräver dessutom att vi litar på främlingar, vilket utgör den sista principen i författarnas definition av en delningsekonomi.

Belk's (2014, s. 1597) definition av en delningsekonomi skiljer sig något från andra forskares definitioner då han menar att delningsekonomi handlar om människor som koordinerar uppköp och distribution av en resurs för en avgift eller annan ersättning. Genom att inkludera annan ersättning som en typ av kompensation för det som delas, kan definitionen även omfatta byteshandel, vilket innebär att man kan godta en ickemonetär ersättning. Han menar emellertid att denna definition är begränsad eftersom den inte omfattar delningsaktiviteter som inte involverar någon typ av kompensation, likt de

aktiviteter som är förknippade med Couchsurfing, eller aktiviteter i en gåvoekonomi där ägarskapet transfereras.

Sundararajan (2016, kapitel 1, 01:03) lyfter fram fem olika karaktäristiska drag för delningsekonomin. Han belyser fenomenet och de utbyten som sker som en sammanvägning av gåvoekonomin, där utbyten sker utan kommersiellt syfte, och den kommersiella marknadsekonomin. Delningsekonomin spänner ut kontinuumet mellan dessa olika typer av ekonomier. Följande fem karaktäristiska drag hamnar under delningsekonomi-paraplyet:

1. *I stort sett marknadsbaserad.* Delningsekonomin skapar marknader som möjliggör utbytet av varor och tjänster, vilket resulterar i en högre ekonomisk aktivitet.
2. *Stort effektivt kapital.* Delningsekonomin skapar möjligheter för allt från tillgångar och färdigheter till tid och pengar, som kan nyttjas till dess fulla kapacitet.
3. *Publika nätverk snarare än centraliserade institutioner.* Tillgången till kapital och arbetskraft i en delningsekonomi kommer från decentraliserade publikbaserade marknadsplatser snarare än från centraliserade tredje parter.
4. *Suddiga linjer mellan det professionella och personliga.* Utbyten av varor och tjänster i en delningsekonomi är oftast kommersiella P2P aktiviteter, såsom att ge någon skjuts, något som tidigare betraktades som personliga aktiviteter.
5. *Suddiga linjer mellan fullt anställda och tillfällig arbetskraft, mellan oberoende och beroende anställningar, mellan arbete och uthyrare.* En delningsekonomi skapar nya typer av anställningsformer som skiljer sig från den traditionella arbetsplatsen.

Hamari et al. (2016, s. 2049–2050) definition av delningsekonomi är distinkt. Delningsekonomi handlar om P2P baserade aktiviteter av att ge, tillhandahålla eller dela förfogandet över en vara eller en tjänst, koordinerad genom samhälls-baserade online tjänster. Dock menar de även, likt Sundararajan (2016), att delningsekonomin är ett paraplykoncept, där flera olika tekniker som uppmuntrar till den delande konsumtionen får plats. Aktiviteterna kan även delas in i två huvudkategorier: utbyte av ägarskap eller förfogande av ägandeskap. Eckhard och Bardhi (2012, s. 881) tar begreppstolkningen ett steg längre och definierar fenomenet i egenskap av transaktioner som kan vara marknadsmedlande, där inget byte av ägarskap tar plats. Konsumenter har möjlighet att förfoga över objekt eller nätverk som de inte annars haft råd att äga, eller som de valt att inte äga på grund av exempelvis en oro för miljön. Mer specifikt menar de att åtkomstförbrukningskapaciteten varierar mellan sex dimensioner: temporalitet; anonymitet; marknadsförmedling; konsumenters engagemang; typ av åtkomstobjekt och politisk konsumentism (Eckhard & Bardi, 2012, 884).

Olson och Kemp (2015, s. 4) definierar en delningsekonomi som en marknad där det finns ett överflödigt utbud av en tillgång eller kompetens som skapar en ekonomisk fördel för både delaren och användaren. Dessa tillgångar eller kompetenser förväntas användas av individer eller företag, och i de flesta fallen tillhandahåller delaren en ekonomisk ersättning. Inom delningsekonomin kan således två olika affärsmodeller återfinnas. Antingen sker delningen av produkter mellan individer utan att engagera en tredje part, eller så involverar man ett företag som äger produkterna och lånar ut dem till allmänheten. Det andra alternativet representerar likväl den andra affärsmodellen (Cusumano, 2018, s. 26; Stephany, 2015, s.12), vilken är den typ av delningsekonomi som denna studie inriktar sig emot.

3.1.2 Forskning om Fritidsbanken

Fyra tidigare studier som varit inriktade mot Fritidsbanken har identifierats, varav tre stycken är kandidatuppsatser gjorda på tre svenska universitet och den fjärde gjordes i

samband med projektet Hållbara livsstilar: Hur du lyckas med insats och värdering (Dahlman et al., 2018). Den första kandidatuppsatsen fokuserade på avfallshantering och återanvändning av sportartiklar (Vestblad, 2016), den andra på verksamhetsansvarigas föreställningar om utlåning av sport- och fritidsutrustning (Ndure et al., 2017) och den tredje på hur låntagare upplevde Fritidsbankens verksamhet (Engström, 2017). De två sistnämnda artiklarna är de som ligger närmast denna studie och därför har dessa sammanfattats ansenligt nedan. Båda dessa uppsatser hade dock fokus på hälsorelaterade frågor samt använde en kvalitativ metod, vilket skiljer sig från denna studie. Men dessa uppsatser kan trots allt bidra med ytterligare en kunskapsdimension genom att tydliggöra användandet av Fritidsbanken.

Syftet med den uppsatsen av Ndure et al. (2017) var att genom kvalitativa intervjuer med verksamhetsansvariga på sju Fritidsbanker runt om i Sverige, få kunskap utifall att deras föreställningar om Fritidsbanken kan bidra till en bättre hälsa och tydligare inkludering i samhället (Ndure et al., 2017, s. 2). Resultatet visade att föreställningarna var i enlighet med syftet. Fritidsbanken förbättrar samhället i och med att verksamheten skapar arbetsmöjligheter för långtidsarbetslösa och folk i behov av arbetsträning samt att barn får testa olika idrotter. I och med att allt fler kommer i rörelse så förbättras även hälsan och låntagarna (Ndure et al., 2017, s. 15). Studien visade därtill att samarbeten med organisationer och föreningar är en viktig faktor för att verksamheten ska kunna fortgå (Ndure et al., 2017, s. 25).

I studien av Engström (2017) undersöktes hur åtta stycken ungdomar i åldrarna 15 till 22 från två orter i Mellansverige upplever utlåningen av sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken genom intervjuer. Frågor som inkluderas i intervjun är bland annat vilken idrottsbakgrund de har samt hur de tycker att Fritidsbanken ska utvecklas (Engström, 2017, s.18–19). Resultatet i studien visade att alla medverkande är intresserade av att idrotta, på ett eller annat sätt. Den ekonomiska aspekten, det vill säga att det är dyrt att köpa idrottsutrustning, är den främsta anledningen till att man lånar material från Fritidsbanken. Man är även positivt inställd till verksamheten och upplever att den har en betydande roll (Engström, 2017, s. 38–40).

I samband med projektet Hållbara Livsstilar: hur du lyckas med insats och värdering, som genomfördes i Göteborg, intervjuade man bland annat Henric Byström, varumärkes- och kommunikationsansvarig för Fritidsbanken Sverige (Hållbara livsstilar, 2018). Syftet med projektet var: “att ta fram riktlinjer och stöd för att främja en kultur för kommuner där utvärdering har varit en naturlig del i planeringen av livstilsinstanser.” (Dahlman et al., 2018, s. 3). Vår sammanfattning av intervjun från projektet återges nedan.

Som följd av att Fritidsbanken är en del av delningsekonomi, är en vanlig missuppfattning att Fritidsbanken inte vill att folk köper någon sport- och fritidsutrustning. Byström poängterar att det snarare handlar om att man vill få bort all “dålig” form av konsumtion, exempelvis när man köper något för att prova och sedan upptäcker att man inte har något intresse för det, vilket istället resulterar i att man inte använder det man köpt. Fritidsbanken vill snarare främja den “hållbara konsumtionen” där man först får möjlighet att prova utrustningen och sedan väljer att köpa utrustningen av anledningen att man har ett intresse i att använda den. På så vis förlängs livslängden på utrustningen.

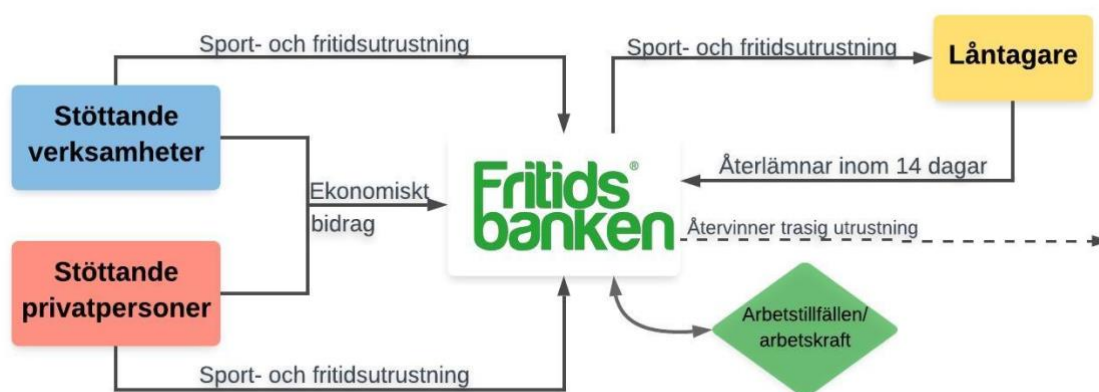
Två av de största framgångarna med Fritidsbanken menar Byström dels är att man främjar fysisk aktivitet och dels att man ändrar tankesättet kring ägande. Om man omsätter de drygt 56 000 sport- och fritidsutrustningar som lånades från Fritidsbanken

över hela Sverige under år 2017, till antalet timmar av fysisk aktivitet, tror han att man bör se effekter på folkhälsan. Det har dock inte genomförts några utvärderingar av sociala, ekonomiska och miljömässiga effekter, vad han är medveten om. Fritidsbankens aktiviteter påverkar dessutom folks beteende och attityder kring ägande av fysiska saker. Byström tror att ett förändringsskift är på gång i branschen då folk blir alltmer fientliga till ägande som följd av att man kan få förfogande över tillgången på annat sätt: ”Det innebär inte att vi slutar att äga saker, utan det innebär att vi äger på rätt sätt”.

En av Fritidsbankens största utmaningar ligger i det faktum att de växer så fort. Byström menar att framgång inte bara är positiv utan att man även kan drabbas av växtvärk. Det blir svårt att behålla den höga utvecklingstakten, kvalitén och det professionella. Samtidigt vill de behålla Fritidsbankens kärnvärde som utgår från en väldigt enkel affärsmodell. Några menar även att man tappar värdet på utrustningen när man inte tar ut några straffavgifter då saker går sönder eller inte lämnas tillbaka. Detta håller Byström inte med om. Dessutom har man inte upplevt problem med att folk snor utrustning eller avsiktligt skadar den. Utan i princip all utrustning lämnas tillbaka. Ytterligare en utmaning är att bli bättre på att återvinna utrustning som man måste kassera, bland annat genom att samarbeta med återvinningsindustrin.

En sista utmaning är att expandera tillgängligheten genom digitala plattformar. I nuläget använder inte Fritidsbanken sig av någon digital plattform, varken ut mot kund eller internt i verksamheten. Det är en aktuell fråga som man arbetar aktivt med, eftersom man upplever att det finns en efterfrågan. Byström förklarar dock att Fritidsbanken inte kommer att fokusera på en lansering av en digital plattform ut mot låntagarna, i alla fall inom den närmaste framtiden. Han anser att en stor del av Fritidsbankens utlåningar sker spontant genom kundkontakt i den fysiska butiken, vilket man skulle tappa genom införandet av en digital plattform. Byström tror dock att det finns en möjlighet till etableringen av ett internt system inom den närmaste framtiden. Detta i syfte att göra det enklare att kommunicera med närliggande Fritidsbanker och skapa möjlighet till bättre samarbete för att kunna dirigera kunder till närliggande Fritidsbanker. Ska en digital plattform införas behöver man i sådana fall överkomma vissa ekonomiska barriärer.

Utifrån den kunskap om Fritidsbanken som studien har samlat in av har en figur sammanställts (se figur 3), som illustrerar hur aktiviteterna i Fritidsbankens verksamhet ser ut enligt vår uppfattning.



Figur 3. Fritidsbankens verksamhetsströmmar

3.1.3 Forskning om icke-kommersiella delningsekonomier

Ozanne och Ballantine (2010, s. 485) undersökte om konsumenter som deltar i en delningsekonomi är motiverade av anti-konsumtionsfaktorer. Datan samlades in genom en kvantitativ enkätundersökning från 397 medlemmar i ett leksaksbibliotek i Nya Zeeland (Ozanne & Ballantine, 2010, s. 489). Ett leksaksbibliotek liknas vid ett bibliotek där man kan låna leksaker, likt Fritidsbankens verksamhet, men istället för sport- och fritidsutrustning lånar man leksaker. Beroende på den organisationen som sponsrar leksaksbiblioteket så kan den drivas helt av antingen frivilliga föräldrar eller andra från samhället, av kommunalt anställda, med flera (Ozanne & Ballantine, 2010, s. 487).

De identifierade 9 stycken attityder eller faktorer som driver motivationer till ett deltagande. Dessa faktorer är en känsla av vänskap, tillhörighet, plikt, anti-konsumtion, föräldraförmedling, sparsamhet, materialism, effektivitet samt delning. För att bestämma om respondenterna hade några gemensamma attityder och perceptioner genomförde man ytterligare en analys där man karaktäriserade medlemmarna i 4 stycken kluster: *societetslejon*, *marknadsundvikare*, *tysta antikonsumenter* och *passiva medlemmar* (Ozanne & Ballantine, 2010, s. 491–493). Societetslejonen ser sociala fördelar med ett aktivt deltagande i biblioteket och var mest positiv i sin beskrivning av sina erfarenheter. De som undviker marknaden är intresserade av själva delningen och är den grupp som är minst materialistiska. De tysta anti-konsumenterna är emot konsumtion och värderar sparsamhet tillsammans med delningen högt. De passiva medlemmarna är den enda grupp som varken är socialt engagerade i leksaksbiblioteket på någon nivå eller har några antikonsumtionsvärderingar. Dessa var även mest negativa i beskrivningen av deras erfarenheter från sitt deltagande. Författarna kan således bevisa att ett möjligt motiv bakom ett deltagande i delningsekonomin kan vara att användaren är emot konsumtion (Ozanne & Ballantine, 2010, s. 495–496).

Pedersen och Netter (2015, s. 258) utforskade barriärer och möjligheter för affärsmodeller som baseras på en delningsekonomi inom modeindustrin. Analysen genomfördes med hjälp av en kvalitativ metod, där representanter från fyra olika skandinaviska klädbibliotek intervjuades. En av dem var Klädoteket som vid tidpunkten då studien genomfördes var en icke-kommersiell organisation (Pedersen & Netter, 2015, s. 263–264), men har numera ett vinstdrivande syfte (Klädoteket, u.å.). De slutsatser som gällde specifikt för Klädoteket var bland annat att deras kunder deltog för att de gillade delningskonceptet. Rent generellt kunde man konstatera att de faktorer som motiverar till ett deltagande är varierande. Några drivs av tillgången till ett brett utbud av kläder till en relativt låg kostnad. Andra drivs av att man kan förena sitt intresse för mode samtidigt som man bidrar till en minskad konsumtion och ger ett hållbart bidrag i och med att klädbiblioteken bryter det vanliga konsumtionsmönstret och uppmuntrar till en mer hållbar konsumtion (Pedersen & Netter, 2015, s. 264–265).

McArthur (2015, s. 243–245) adapterade en relativt unik metodik då hon analyserade innehåll från den icke-kommersiella delningsekonomin Landshare, numera kallad Shared Earth (Shared Earth, u.å.), på internet. Innehållet som granskades var främst bloggar, skrivna av både användare (odlare) och delare (ägare av mark), som fanns publicerade på Landshares hemsida i Australien. Totalt granskades 128 blogginlägg, skrivna av 66 olika bloggare, tillsammans med ungefär 75 tillhörande kommentarer. Syftet med studien var att utforska motivationer till att använda och medverka i Landshare's verksamhet. Bloggarna dokumenterade att orsakerna för att delta i Landshare var främst av social, politisk och ekonomisk karaktär. De huvudsakliga motiven delades in i fem olika teman, som presenteras utefter betydelse i prevalens enligt följande: social koppling och tillhörighet till ett samhälle; politiska incitament för ansvarstagande och etiska överväganden;

hälsofördelar som inkluderar mentalt välmående; upplevelser och personlig utveckling samt möjligheten till ekonomiska besparingar.

Albinsson och Perera (2012, s. 306–307) observerade och intervjuade deltagare på ett flertal icke-kommersiella delningsevent i Nordamerika, både publika och privata event, såsom RRFMs (really really free markets). Eventen är samordnade av konsumenter som är emot traditionella kapitalistiska marknadssystem och den tillkommande överkonsumtionen, samtidigt som man vill skapa en social situation som är fri från en styrande hierarki. På vissa event sker alla byten av varor gratis, även fast du som användare inte har med dig något att dela. På andra event får man istället betala för en biljett och de varor man köper. Totalt intervjuades 36 deltagare. Resultatet indikerade att det finns en önskan bland deltagare att vara delaktig i sociala förändringar samtidigt som man främjar ett personligt och samhälleligt deltagande i alternativa marknadsplatser.

Analysen tyder på att värdeskapandet i denna alternativa marknadsplats har expanderats till att inte bara omfatta ett utbyte av varor och tjänster utan också en social interaktion mellan användarna. Vissa deltagare hade ett stort intresse för samhällsutveckling och ville därmed uppmuntra en alternativ, hållbar konsumtion (Albinsson & Perera, 2012, s. 308–309). Detta härrör från konsumenternas känsla av en brist på samhörighet i dagens samhälle. Genom att dela varor och tjänster kan man både maximera livslängden på varan, men även känna ett välbefinnande genom att bidra till något positivt i lokalsamhället. Slutligen lockades vissa av en nyfikenhet kring hur eventet var organiserat, medan andra deltog för att stödja olika sociala initiativ eller för att ta del av eventets vänliga atmosfär (Albinsson & Perera, 2012, s. 312–313).

Som en del av ett stadsprojekt i Japan genomförde Nakamura och Abe (2014, s. 341–342) en studie som undersökte användares incitament till ett deltagande i det ickekommersiella cykeldelningsprogrammet Freeride. Datan samlades in genom en enkätundersökning riktad till både frekventa månatliga användare, det vill säga registrerade medlemmar, och engångs användare. Användarna fick betygsätta olika påståenden och totalt registrerades 117 kompletta svar. I analysen har man sedan delat in dessa påståenden i fyra stycken principiella komponentgrupper. Slutligen delades dessa komponentgrupper in i två stycken kluster. Orsakerna till att användare i kluster 1 nyttjade tjänsten var inte bara transportrelaterade, utan berodde också på ett intresse för sociala problem, vilket inkluderade en villighet att engagera sig i miljömässigt vänliga aktiviteter, stötta lokala organisationer och främja samhällsutveckling. Det andra klustret använde snarare delningstjänsten för att kunna integrera cyklingen i sina liv och utföra aktiviteter såsom shopping, utforska den lokala naturen och känna sig uppfriskad, med hjälp av en cykel. Därtill testade forskare tillfredsställelsen överlag bland användarna och fann att över 80 % av användarna var nöjda (Nakamura & Abe, 2014, s. 344).

Decrop et al. (2018, s. 57–58) studerade delare och användares motivationer till att delta i den icke-kommersiella delningsekonomin Couchsurfing. Couchsurfing är en webbtjänst där privatpersoner delar med sig av sitt hem gratis till andra, främst för att utvidga sitt sociala nätverk. Couchsurfing betraktas som ett exempel på “hållbar turism” i den meningen att denna typ av boende tar hänsyn till naturens välmående mer än någon annan boendeform (Decrop et al., 2018, s. 68). Författarna fann främst tre huvudsakliga motivationer från tidigare forskning på delningsekonomi inom boende och gästfrihetssektorn vilka var att spara pengar, uppleva känslan av att tillhöra en grupp samt nöjet med att delta i en delningsekonomi (Decrop et al., 2018, s. 58).

Undersökningen utgjordes av 20 semi-strukturerade intervjuer med delare och användare och författarna fann tre typer av användare. Den första gruppen var *opportunisterna* som använde webbplatsen för att utvidga sitt sociala nätverk och för att hitta billiga boendialternativ. Den andra gruppen som återfanns var *kommunitära användare*, som såg Couchsurfing-samhället som deras primära sociala nätverk och deltog för att skapa förbindelser och för att få kontakt med lokalbefolkningen. Den tredje kategorin bestod av *idealister* som deltog för att finna turismupplevelser som gör det möjligt för dem att utveckla sig själv samt för att bygga en bättre värld där människor lever i harmoni tillsammans, lutar på varandra och respekterar varandra (Decrop et al., 2018, s. 61–63). Generellt sett var deltagarna överens om att förtroendet var en viktig faktor för att möjliggöra användningen av Couchsurfing. Vidare var de främsta motiven till deltagandet att spara pengar och finna en social tillhörighet (Decrop et al., 2018, s. 67–68).

3.1.4 Annan inflytelserik och relevant forskning

Möhlmann (2015, s. 197) studerade två typer av delningsekonomier, den ena var en företag-konsumentverksamhet (B2C): car2go, och den andra en K2K verksamhet: Airbnb. Båda verksamheterna undersöktes genom en enkätdatainsamling, varvid man fick in 168 svar från Airbnb användare. Syftet med forskningen var att undersöka den viktigaste bestämmande faktorn för hur nöjd man är och för sannolikheten att man kommer återvända till delningsverksamheten (Möhlmann, 2015, s. 193). Resultatet pekade på att det var fyra olika variabler som hade en bestämmande påverkan på hur nöjd man är överlag: ekonomiska, bekantskap, förtroende och nytta. Användare upplever både en högre nytta samt att man sparar pengar då man deltar i en delningsverksamhet. Bekantskapen om respektive delningsservice var också en bestämmande faktor. Båda studierna avslöjade även hur viktigt det är med förtroende för delningsverksamheten. Mer specifika resultat för Airbnb-studien var att variablerna bekantskap och nytta även hade en positiv effekt på endogena variabler, främst på sannolikheten att välja en delningsverksamhet återigen, tillsammans med variabeln social tillhörighet. Slutligen visade resultatet att servicekvalitet influerade nöjdheten (Möhlmann, 2015, s. 200–201).

Gullstrand Edbring et al. (2015, s. 5) undersökte attityder, motivationer och barriärer för alternativa typer av konsumtion, med ett specifikt fokus på produktgruppen möbler, eftersom undersökningen är gjord i samarbete med IKEA. Författarna klassificerar varianterna av konsumtion i följande tre konsumtionsmodeller: modeller för att förlänga livet på produkterna (ex genom second-handförsäljning); åtkomstbaserad konsumtion (ex hyra och leasing) och samarbetskonsumtion (ex delningsplattformar). Datainsamlingen baserades både genom en kvalitativ undersökning samt en kvantitativ undersökning. Den kvalitativa datan samlades in genom intervjuer med 9 stycken av IKEA's kunder, alla i åldrarna mellan 23 och 29 år. Den kvantitativa datan samlades in genom en enkätundersökning som skickades ut till alla svenska medlemmar i IKEA family i åldrarna 20 till 35, varvid 1159 svarade (Gullstrand Edbring et al., 2015, s. 7). Resultatet visade på att den största motivationen att delta i en åtkomstbaserad konsumtion var flexibilitet respektive ekonomiska faktorer i samarbetskonsumtionen (Gullstrand Edbring et al., 2015, s. 10–12). Dessa båda resultat kan därmed hänföras till det fenomen som vår studie definierat som en delningsekonomi.

Wilhelms et al. (2017, s. 771) genomförde djupintervjuer med bilägare (delare) och låntagare (användare) för att härleda användares beslutsprofiler samt utreda motiv bakom deltagandet i en bildelning. Undersökningen genomfördes i Tyskland och innefattade 41 djupintervjuer med aktiva användare. Utifrån intervjuvaren utvecklade författarna fyra delningsprofiler både för delare och användare, enligt de dominerande motivationsfaktorerna som påverkar deltagandet. De fyra beslutsprofilerna som lyftes fram

för användare var *budgeterare*, *bekvämlighetälskare*, *statusmedvetna* och *försäkringssökande*. Budgeterare deltar för att spara pengar och för att begränsa sin rörliga budget eftersom P2P bildelning är billigare än att hyra en bil. Bekvämlighetsälskare drivs av egenskaper som gör bildelningen bekväm, såsom flexibilitet gällande tillgängligheten av bilen, och strävar efter att kunna spara tid samt minska eventuella besvär med att hyra en bil. De statusmedvetna deltagarna vill signalera sin status och värdesätter dels att dem får hyra en bil som uppfyller deras statusbehov, dels att de lägre kostnaderna gör att de kan lägga pengar på andra statusförbättrande aktiviteter. Försäkringssökarna önskar att få en smidig upplevelse, en bil som är välutrustad och även bekanta sig med bilägaren, för att kunna bedöma servicenivån i förväg (Wilhelms et al., 2017, s. 775–778).

3.2 Theory of planned behaviour

Att förklara mänskligt beteende i dess komplexitet är en svår uppgift. Begrepp som hänför sig till beteendemässiga dispositioner, såsom social attityd och personlighetsdrag har visat sig spelat en viktig roll i försök att förutsäga och förklara mänskligt beteende. Olika teoretiska ramar har föreslagits för att hantera de psykologiska processerna som berörs. Mycket forskning som gjorts har visat på att allmänna dispositioner tenderar att vara dåliga prediktioner för beteenden i specifika situationer, vilket har medfört en låg validitet (Ajzen, 1991, s. 179–180). Inom ramen för hållbar konsumtion är det vidare viktigt att förstå konsumenternas beteende och hur man skapar förändringar som påverkar konsumenternas uppfattning om sitt avtryck på miljön. Socialpsykologiska modeller av konsumentbeteende används ofta i en mängd akademisk litteratur, vilka tillhandahåller ramverk för att förstå vad som motiverar ett beteende och driver förändringar (Piscicelli et al., 2015, s. 22).

Enligt Hultgren (2006, s. 39–41) beskrivs beteendeskapande hos en människa dels genom individens viljestyrda inverkan och dels genom automatiska reaktioner. Tidigare upplevelser av dessa avgör det viljestyrda beteendet av handlingen och därmed sägs handlingar styras av konsekvenser som uppstår i den faktiska situationen. Vidare menar Hultgren (2006, s. 66–67) att varje individs handlande har en bakomliggande orsak och att alla beteenden har en funktion. Ajzen (1991, s. 179–180) menar i sin tur att beteenden påverkas av olika faktorer och att beteendet därför inte är helt oberoende.

Enligt teorin om planerat beteende (TPB) styrs människors medvetna beteenden av tre bakomliggande föreställningar: konsekvenser av beteendet, normativa förväntningar från andra samt hur förutsättningar kan försvåra eller underlätta beteendet. Dessa tre föreställningar menar Ajzen (1991, s. 188) kan översättas till tre mätbara faktorer: attityder; subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Den grundläggande principen inom TPB är att dessa faktorer har positiva samband med individens intentioner att utföra specifika beteenden.

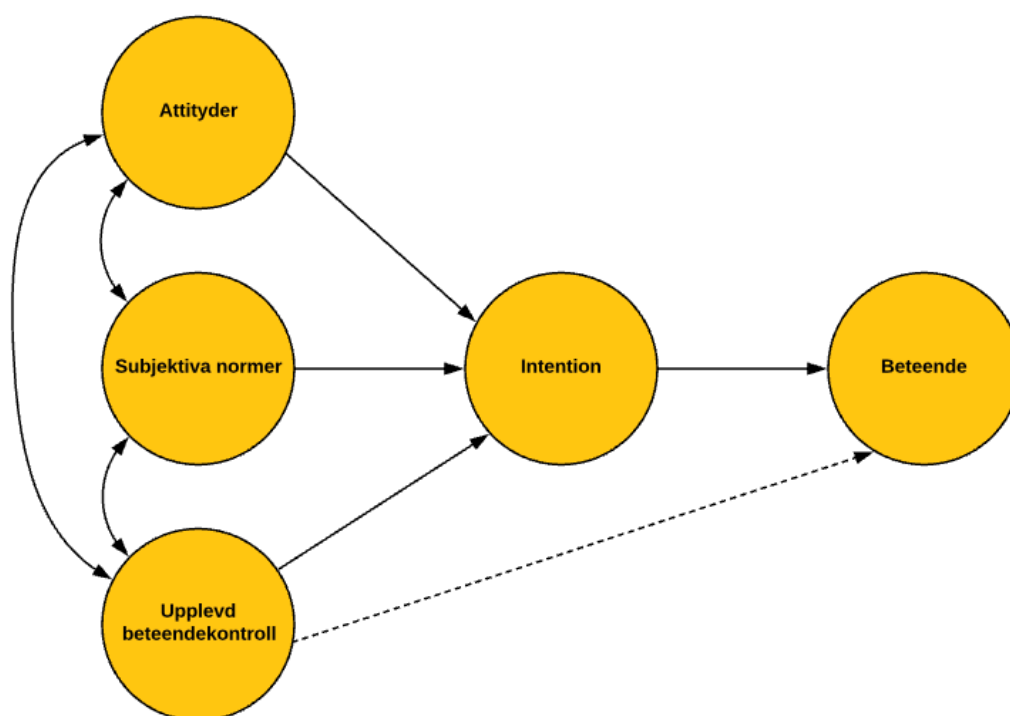
3.2.1 Teorins dåtid

Teorin TRA, framtaget av Fishbein och Ajzen år 1975, är den föregående teorin till TPB och är en förkortning av Theory of reasoned action, översatt till Teorin om överlagt beteende. Denna socialpsykologiska teori skapades för att förutspå, förklara och förändra hur människor agerar i olika situationer baserat på faktorer såsom sammanhang, tidpunkt, handling och målsättning (Ajzen & Fishbein, 1980, s. 5). Teorin bygger på antagandet att människor vanligtvis är rationella i sina beteenden och att människans beslut tas utifrån tillgänglig information (Hultgren, 2006, s. 100–101). För att förstå ett beteende krävs att intentionen bakom beteendet identifieras (Ajzen & Fishbein, 1980, s. 6). Ajzen och Fishbein (1975, s. 6) menar att beteendeintentioner genereras av två faktorer: den ena är en personlig faktor och den andra är en social faktor. Den personliga faktorn betonar individens positiva och negativa uppskattning av potentiella handlingar, det vill säga individens attityder. Den

sociala faktorn betonar individens uppfattning om den sociala pressen som denne ställs inför i fråga om att utföra handlingen eller inte. Denna faktor benämns som den subjektiva normen.

3.2.2 Teorins nutid

Då TRA innehöll en del begränsningar gjorde Ajzen en vidareutveckling av teorin. I denna förlängning kan en upplevd beteendekontroll tillsammans med subjektiva normer och attityder leda till intentioner som i sin tur kan leda till ett faktiskt beteende. Utvecklingen av teorin kom att kallas Theory of planned behavior eller Teorin om planerat beteende (TPB) (Ajzen, 1991, s. 181–182). TPB försöker förklara orsakssambandet mellan värderingar, övertygelser, attityder, avsikter och beteende i specifika sammanhang. Teorin föreslår att, givet ett visst beteende, en individ kommer att överväga möjliga alternativ och bedöma konsekvenserna baserat på ens egna övertygelser. Dessa övertygelser avgör individens inställning gällande de möjliga handlingarna, som i sin tur påverkar intentionen att genomföra en handling. Intentionen är i sin tur en stark indikator på det faktiska beteendet (Lane & Potter, 2007, s. 1086). Ju starkare intentionen är, desto mer sannolikt är det att beteendet blir utfört. Intentionerna förväntas fånga motivationsfaktorer som influerar ett beteende. De är indikationer på hur mycket människor är villiga att anstränga sig för att utföra beteendet (Ajzen, 1991, s. 181–182). TPB föreslår att en persons avsikt att utföra ett visst beteende förutses av tre faktorer: attityden till beteendet, den subjektiva normen och den upplevda beteendekontrollen. Förhållandet mellan dessa faktorer kan ses nedan i figur 4. De två första faktorerna (attityder och subjektiva normer) bygger således på TRA.



Figur 4. Teorin om planerat beteende (Ajzen, 1991, s. 182: vår bearbetning)

Fishbein och Ajzen (1980, s. 54–56) definierar attityder som en övertygelse av ett beteende och ses som en utvärdering av de uppfattade fördelarna som uppkommer till följd av att man utför ett beteende. Ju starkare inställningen är, desto större sannolikhet att en intention kommer att “skapas” som sedan avgör hur beteendet blir (Ajzen, 1991 s. 181). Det innebär med andra ord att beteenden ofta följer ett förutbestämt mönster och kan därför på många

sätt ofta se liknande ut. Den subjektiva normen innebär det sociala trycket från andra betydelsefulla personer att utföra eller inte utföra ett visst beteende (Fishbein & Ajzen, 1980, s. 57). Människor runt omkring påverkar starkt det faktiska beteendet (Fishbein & Ajzen 1975, p. 302). Ju mer en person uppfattar att dennes närstående tycker att han eller hon borde utföra ett beteende, desto större sannolikhet är det att det blir så (Ajzen & Fishbein, 1980, s. 57). Upplevd beteendekontroll hänvisar till individens förmåga att utföra ett visst beteende (Ajzen, 1991, s. 183). Denna faktor är en funktion av hur mycket uppfattad kontroll individen har när det gäller tillgängligheten av personliga eller situationella resurser samt hur viktigt personen uppfattar att dessa resurser är för att nå ett visst utfall (Chang, 1998, s. 1872). Det anses vara mer sannolikt att engagera sig i ett beteende man har kontroll över (Conner & Armitage, 1988, s. 1431).

3.2.3 Kritik mot TPB

Kritik som uppkommit gällande teorin om planerat beteende är att teorin inkluderar för få variabler för att kunna förklara det faktiska beteendet. Flertalet studier som genomförts har visat på att fler inkluderade variabler skulle stärka teorin (Conner & Armitage, 1996, s. 1433). Vana är en variabel som föreslås för att kunna stärka upp teorin. Intentionen kan dock likna tidigare vanor och teorin om planerat beteende, utan att variabeln vana är inkluderad, anses därmed som den bästa för att undersöka och studera beteenden (Orbell et al., 1997, s. 945–947). I och med kritiken som uppkom kring teorin belyste Ajzen (2001, s. 42–48) ett antal variabler som en mängd forskare menat skulle förbättra teorin om de inkluderas. Slutsatsen var emellertid att ytterligare variabler enbart skulle tillföra minimala förbättringar.

3.2.4 Forskning om motivationsfaktorer enligt TRA samt TPB

Hawlicsek et al. (2016, s. 4782) undersökte motiv för att delta, samt barriärer för att inte delta, i tre P2P uthyrningstjänster inom lägenhetsuthyrning, bil- och samåkningsdelning. Målgruppen var både potentiella och aktiva användare och delare. Författarna tog avstamp i TPB för att kategorisera motivationer och barriärer inom 24 områden. Först genomfördes en kvalitativ undersökning riktad mot 51 studenter vid universiteten i Augsburg och Karlsruhe, och sedan en kvantitativ undersökning. I den andra enkätundersökningen, vilken baserades på de tidigare identifierade motiven från den första enkäten, samlades 605 svar in. Utifrån denna datan kombinerades de tidigare identifierade områdena till 17 stycken slutgiltiga motivationsfaktorer samt barriärer, varav 11 stycken var motivationsfaktorer. Dessa motivationsfaktorer var: uppfattad tillgänglighet, antikapitalism, inkomst, kunskap, modern livsstil, känslan av att tillhöra, produktvariation, socialt inflytande, social erfarenhet, sparsamhet samt nöjet i att dela. Av de 11 motiven som undersöktes var alla faktorer utom inkomst signifikanta på en 5 procentig signifikansnivå (Hawlicsek et al., 2016, s. 4784–4789).

Barnes och Mattson (2017, s. 283–285) ämnade till att utveckla en omfattande teoretisk modell som grundades i TRA, för att förklara konsumenters intentioner att hyra något i en delningsekonomi online samt rekommendera sina upplevelser. Med den breda paraplyteorin TRA som utgångspunkt, kunde man undersöka attityder som styrs av olika övertygelser. Samtidigt hade man utrymme att utveckla en egen del under teorin. Med hjälp av en enkätundersökning på 115 svar från förare och passagerare från bildelningstjänsten MinBilDinBil, kunde man sedan testa modellen. I modellen fångades bland annat attityder och beteendeintentioner. Attityderna mättes genom ekonomiska, sociala, och miljömässiga fördelar, en sammansättning av faktorer som kallas för Tripple-bottom-line (TBL). Beteendeintentionerna mättes med hjälp av TRA genom variablerna grönt beteende, delningsbeteende och en känsla av tillhörighet. Resultatet visade att respondenternas hyrintentioner främst drivs av upplevda ekonomiska, sociala och miljömässiga fördelar

genom den medlade variabeln upplevd nytta och variabeln nöje. Nyttan och nöjet är i sin tur driven av en känsla av social tillhörighet i ett delningssamhälle. Socialt inflytande spelade inte någon roll för intentionen eller viljan att rekommendera (Barnes & Mattson, 2017, s. 288).

Matzner et al. (2015, s. 1) betraktade deltagandet i en IT-baserad delningsekonomi och studerade både användar- och delarsidan. Forskarna använde TPB som en grund för att utvidga en egen modell (Matzner et al., 2015, s. 2). Både specifika och allmänna faktorer återfanns för att förklara beteenden i delningsekonomin. De allmänna motivationsfaktorerna ansågs vara desamma för användar- och delarsidan och återfanns i den ursprungliga TPB; attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Den utvidgade modellen tillämpades för att identifiera och applicera specifika motivationsfaktorer och existerande litteratur användes för att identifiera dessa faktorer som påverkar avsikten att dela och använda delningstjänster. Faktorer som återfanns gällande avsikten att använda sig av delade tjänster var öppenhet för att använda delningstjänster, uppfattad tillgänglighet och ekonomiska kostnadsfördelar (Matzner et al., 2015, s. 8).

3.3 Self-determination theory

Self-determination theory (SDT) klassificeras som en motivationsteori vilken belyser vad som motiverar människor samt hur människor beter sig i specifika situationer. Den utreder hur människans inneboende och medfödda behov ligger som grund för den självbestämmande motivationen och den personliga integriteten samt hur de yttre förutsättningarna främjar eller hämmar dessa processer. Teorin använder traditionella empiriska metoder parallellt med en organistisk metateori som framhäver vikten av människors inre kapacitet av den personliga utvecklingen och självbestämmandet. Trots det faktum att människor föds med, eller utvecklar, inneboende och inlärd motivationstendenser, finns det även bevis som tyder på att denna inre benägenhet behöver stöttning av yttre faktorer, eftersom man lätt kan störas av en extern påverkan. SDT identifierar flera olika typer av motivationer, som var och en har specifika konsekvenser för bland annat inläring, prestation och välbefinnande. De upprättar i sin tur principer om hur varje typ av motivation utvecklas och upprätthålls, eller förhindras och urholkas (Ryan & Deci, 2000a, s. 68–70).

Att vara motiverad syftar till att vara föranledd att göra någonting (Ryan & Deci, 2000b, s. 54). Motivation handlar om energi, riktning, uthållighet och likvärdighet, alla aspekter av aktivering och intentioner (Ryan & Deci, 2000a, s. 69). SDT antar att människan är mer aktiv än passiv av naturen och fokus riktas följaktligen åt att specificera förhållanden som tenderar att stödja dessa aktiva beteenden, snarare än att utnyttja den sårbarhet som finns gentemot passivitet (Ryan & Deci, 2000a, s. 76). En person klassificeras som omotiverad om man inte känner sig inspirerad till att agera i en viss situation. Trots att motivation vanligen behandlas som ett singulärt fenomen, tyder allt mer på att människor är motiverade av väldigt olika faktorer. Orienteringen av de olika typerna av motivationer berörs av de underliggande attityderna och målen som bidrar till att handlingen utförs, det vill säga varför man utför en handling. Hur pass motiverad man är kan även sträcka sig över ett brett register, från att inte alls vara motiverad till att vara väldigt motiverad (Ryan & Deci, 2000b, s. 54).

Man kan exempelvis motiveras för att man värdesätter något högt, eller för att man känner ett yttre tvång. Man kan även uppmanas till handling som resultat av att man har ett intresse för aktiviteten eller uppträda efter en känsla för att utmärka sitt personliga engagemang. Ovan nämnda förutsättningar illustrerar olika typer av interna och externa motivationsfaktorer, vilket är något som SDT skiljer på (Ryan & Deci, 2000a, s. 69). Bland

annat för att en del forskning tyder på att kvaliteten på den utförda aktiviteten är annorlunda beroende på om den genomförts som följd av inre alternativt yttre faktorer (Ryan & Deci, 2000b, s. 55). Inre motivationer växer fram ur det inneboende värdet, eller nöjet, från en aktivitet och yttre motivationer är relaterade till en yttre påverkan, såsom rykte eller ekonomiska fördelar (Hamari et al., 2016, s. 2051). Det blir följaktligen viktigt att förstå uppdelningen av dessa. Ryan och Deci's (2000b) definition av de inre respektive yttre motivationsfaktorerna samt hur de skiljer sig åt lyder som följande:

"The most basic distinction is between intrinsic motivation, which refers to doing something because it is inherently interesting or enjoyable, and extrinsic motivation, which refers to doing something because it leads to a separable outcome".
(Ryan & Deci, 2000b, s. 55).

3.3.1 Inre motivationer

De inre motivationerna reflekterar den naturliga mänskliga benägenheten att bland annat lära sig assimilera samt att utföra en aktivitet för ens egna inneboende intresse och tillfredsställelse, snarare än för att svara upp mot en yttre påverkan (Ryan & Deci, 2000b, s. 56). För att förstå variationen i de inre drivkrafterna utvecklades den kognitiva teorin Cognitive evaluation theory (CET) som en subteori under SDT av Ryan och Deci (2000a, s. 70–72). CET fokuserar på tre grundläggande psykiska behov, eller känslor, som driver den inre motivationen: kompetens; självbestämmande och social tillhörighet samt hur dessa kan förklara variabiliteten i den inre motivationen.

CET ramar in sociala- och miljöfaktorer som underlättar eller förebygger den inre motivationen genom att stödja eller motverka människors medfödda psykiska behov. I teorin antar man att en människas inre motivation kommer att expandera när man befinner sig i en situation där omständigheterna uppmuntrar till att agera efter sin inre motivation. Teorin har hittat starka bevis för att det finns kopplingar mellan den inre motivationen och hur tillfredsställd man är av känslan av kompetens och självbestämmande. Dessa behov samverkar även med varandra, vilket innebär att det oftast inte räcker med att enbart ett behov är uppfyllt. Om man inte upplever känslan av kompetens, kommer man inte heller känna att beteendet är självbestämt. Men en viss del av tillfredsställelsen kan även relateras till en social tillhörighet och detta är följaktligen också viktigt för den inre motivationen (Ryan & Deci, 2000a, s. 70–71).

Först och främst argumenterar teorin för att händelser av social karaktär (exempelvis effektiva feedbacksystem, optimala utmaningar) som främjar den personliga utvecklingen kan förstärka den inre motivationen för just denna handling (Ryan & Deci, 2000b, s. 58). Parallellt med detta behöver man även uppleva sitt beteende som självbestämt, det vill säga att utövandet av aktiviteten sker på egna villkor. Dessutom menar SDT att den inre motivationen kommer att frodas i sammanhang där man känner sig trygg eller upplever en känsla av realiserbarhet (Ryan & Deci, 2000a, s. 70–71). I kontrast till detta så kan situationer som reducerar känslan av kompetens och självbestämmande att undergräva den inneboende motivationen och resulterar i att människor känner sig antingen kontrollerade av tillfälligheter eller helt omotiverade (Gagné & Deci, 2005, s. 344).

Det är vidare viktigt att poängtera att CET enbart är applicerbart i situationer som människor har ett intresse för eller aktiviteter som de ser som tilltalande. Enligt CET är det bara under dessa specifika förhållanden som den inre motivationen kommer att uppenbara sig (Ryan & Deci, 2000b, s. 58). Ytterligare kritik som lyfts fram mot CET är bland annat svårigheter med att införliva CET propositioner i de nuvarande valensstrategierna avseende beteende och förväntningar. Dessutom är många aktiviteter i en organisation inte inlogerat

intressanta, så att använda strategier som baseras på detta för att främja den inre motivationen är därför inte alltid möjlig (Gagné & Ryan, 2005, s. 333). Men då känslorna av kompetens, autonomitet och social tillhörighet upprätthålls, är den inre motivationen mer uthållig än den externa. Fortsättningsvis, för att förstå orsakerna bakom detta behöver man titta djupare på dynamiken i de yttre motivationerna (Ryan & Deci, 2000a, s. 71).

3.3.2 Yttre motivationer

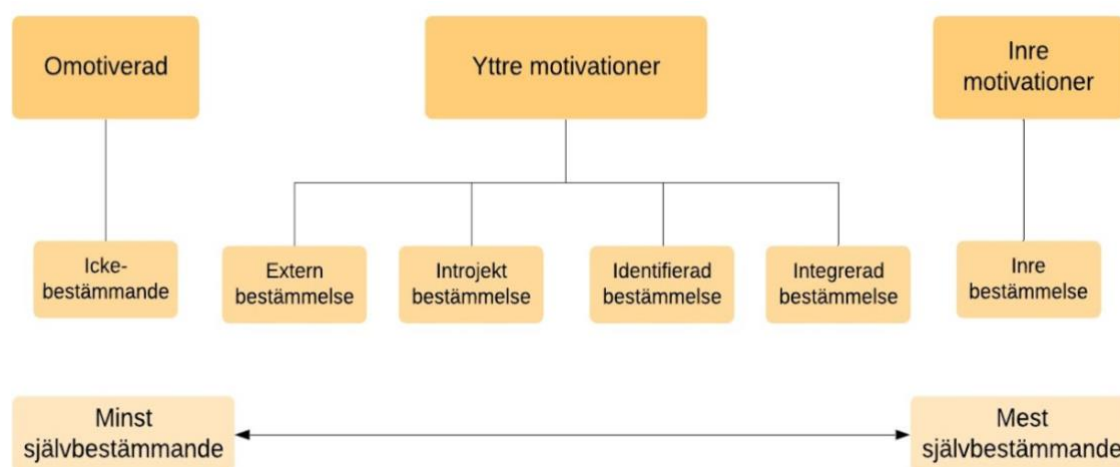
Trots att det är viktigt att förstå de inre krafterna hos människor som driver motivation, menar Deci och Ryan (2000a, s. 71) att mycket av det som människan gör inte kan härledas av den inre motivationen. Man påverkas snarare av ett externt socialt tryck, som bidrar till att man exempelvis utför handlingar som man inte är intresserad av. Aktiviteter som inte är intressanta kräver således en viss mängd av yttre motivation. Den yttre motivationen beror i sin tur på uppfattningen av eventuella önskade eller oönskade konsekvenser, såsom ett implicit godkännande eller en belöning av något slag. När ett beteende tyr sig på sådant sätt, sägs det vara extern bestämt, vilket reflekterar i vilken grad man känner sig tvingad av externa händelser (Gagné & Deci, 2005, s. 334, 340). Studenter som exempelvis gör sina skoluppgifter för att de förstår att de är viktiga för sin fortsatta karriär alternativt för att de känner en press från deras föräldrar, är enbart drivna av externa motivationer. De pluggar inte för att de tycker att det är kul, utan snarare för att det ger dem ett instrumentellt värde. Dock innefattar det första alternativet en viss grad av personlig utveckling och självbestämmande, likt det som klassificeras som inre motivationer enligt SDT och det är följaktligen svårt att urskilja vad som är inre och yttre motivationer (Deci & Ryan, 2000a, s. 71).

Ryan & Deci (2000b, s. 54, 60) argumenterar vidare för att den yttre motivationen varierar avsevärt efter graden av autonomitet och kan antingen återspegla ett beteende av extern bestämmelse eller självbestämmande. För att beskriva alla olika former av faktorer som antingen främjar eller hindrar internalisering och integrationen av dessa beteenden har man tagit fram ytterligare en subteori inom SDT vid namn *Organismic integration theory* (OIT). OIT behandlar fyra yttre motivationsfaktorer och de kontextuella faktorerna som antingen främjar eller hindrar internaliseringen och integreringen av bestämmelserna för dessa beteenden. Internalisering refererar till att adaptera en bestämmelse av ett beteende och värdet som ligger till grund för det (Gagné & Deci, 2005, s. 333). Det yttre motiverade beteendet är placerade längst en autonomitetsskala, vilket kan variera från olika graderingar av att antingen vara helt omotiverad till att vara motiverad av inre självbestämmande faktorer. Dessa kategoriseras som: *extern bestämmelse*: jag utför aktiviteten för att tillfredsställa ett externt behov; *introjekt bestämmelse*: jag utför aktiviteten för att ta hänsyn till min omvärld och inte få dåligt samvete; *identifierad bestämmelse*: jag utför aktiviteten för att den är viktig för mig och *integrerad bestämmelse*: jag utför aktiviteten för att den överensstämmer med mina andra personliga värderingar (Deci & Ryan, 2000a, s. 72).

3.3.3 Utvärdering av de inre och yttre motivationerna

Sammanfattningsvis skiljer SDT på graden av hur motiverad man är och placerar graderingen av motivationen på ett spektrum (se figur 5 nedan), vilket i sin tur drivs av graden av internalisering. Ju mer ett beteende har internaliserats, desto mer självbestämmande blir motivationen. Teorin föreslår med andra ord att beteendet kan präglas av graden av autonomitet (Gagné & Deci, 2005, s. 334). Längst ut till vänster på skalan är man totalt omotiverad, man saknar en intention till handling. Längst till vänster på axeln som leder de yttre motivationerna, som är centrerad i modellen, reagerar man för belöningar och straff som syftar till att upprätthålla värderingar. Ju närmare mitten man förflyttar sig, blir en växande grad av internalisering med externa värden representerade. Längst ut till höger på axeln har man integrerat värderingar med ens egna övertygelser. Allra

längst till höger i figuren återfinns den inre motivationen, som är helt och hållet självbestämmande och som drivs av att man tycker att aktiviteten är belönande, vilket leder till ett högre engagemang (Bellotti et al., 2015, s. 1086).



Figur 5. Olika typer av motivationer och bestämmelser inom SDT, tillsammans med dess placering längst kontinuumet av den relativa självbestämmanden (Deci & Ryan, 2008, s. 17: vår bearbetning)

3.3.4 Forskning om motivationsfaktorer enligt SDT

Tussyadiah (2016 s. 72) testade användarnas intentioner, tillsammans med faktorer som influerar hur nöjd man är med sin P2P boendevistelse. Intentionerna handlade om huruvida man var villig att återvända till en delningsekonomi inom boende- och gästfrihetssektorn för framtida resor. Utifrån bland annat SDT genomförde man tester av både interna och externa upplevelser, vilka operationaliserades i nöje, sociala, ekonomiska och lokaliseringsfördelar, hållbarhets- samt bekvämlighetsfaktorer. Sociala faktorer tillsammans med ekonomiska faktorer klassificeras som yttre motivationsfaktorer. Datan samlades in genom en enkätundersökning som var riktad till vuxna resande individer som hade använt P2P boendet inom de senaste sex månaderna. Totalt kunde man analysera 644 svar (Tussyadiah, 2016, s. 73–76).

Från analysen lyftes fyra huvudsakliga upptäckter fram. Först fann man signifikanta positiva effekter av både nöje och ekonomiska fördelar för hur nöjd man är och om man avser att återvända till P2P boendet. Sambandet mellan nöjet till nöjdheten och intentionen var allra starkast. Vidare fann man negativa signifikanta effekter mellan hållbarhetsfaktorer och nöjdheten samt mellan de tillkommande sociala fördelarna och intentionerna. För att presentera det tredje resultatet delade man in boendeformerna i två huvudsakliga kategorier: ett eget hus/en lägenhet och ett enskilt rum och jämförde svaren mellan de två boendeformerna. För gäster som bodde i ett privat rum bidrog de tillkommande sociala fördelarna till nöjdheten. Däremot ansåg gäster som bodde i ett eget hus eller en lägenhet att de sociala fördelarna påverkade intentionen att återvända negativt. Slutligen så fann man att hållbarhetsfaktorerna sänker effekterna av nöjdheten för gäster som bor i ett privat rum, men inte för de som bor i ett eget boende (Tussyadiah, 2016, s. 78–79).

Hamari et al. (2016, s. 2048) studerade registrerade användares motivationer till att delta i den servicebaserade digitala delningsekonomi Sharetribes. Användarna fick svara på en enkätundersökning, varvid 168 svarade. De motivationsfaktorer som undersöktes baserades

på SDT och delades in i yttre respektive inre motivationer. De två inre var miljönytta samt nöje och de två yttre var rykte samt ekonomiska vinster (Hamari et al., 2016, s. 2051–2052). Resultaten visade att deltagandet i delningsekonomin är motiverat av flera faktorer, såsom de tillkommande hållbara aspekterna, en positiv uppfattning om aktiviteten likväl som den ekonomiska vinningen. För de inre motivationerna fanns ett samband mellan både upplevd miljönytta och nöje signifikant till attityder mot delningsekonomin. Nöjet hade även en positiv påverkan på intentionen att delta i en delningsekonomi, det hade dock inte den upplevda miljönyttan. Miljönyttan hade bara en effekt på intentionerna om det samtidigt fanns en positiv associerade attityd till ett deltagande. När det gäller de yttre motivationerna, visade resultatet att det varken fanns ett samband mellan ett förväntat bättre rykte eller förutsedda ekonomiska vinster, till attityderna. Det förväntade ryktet influerade inte heller intentionerna, däremot hade ekonomiska vinster en påverkan. Resultaten indikerar emellertid att de inre motivationerna är en starkt bestämmande komponent av attityder till delningsekonomin, medan yttre inte reflekterar attityder. Å andra sidan hade de yttre motivationerna en mer dominant roll när det gällde intentionen till att delta i en delningsekonomi, tillsammans med nöjet (Hamari et al., 2016, s. 2054–2055).

Böcker och Meelen (2017, s. 32) analyserade motivationer för ett avsiktligt deltagande i olika P2P delningsekonomier, både för användare och delare. Fem diverse delningssektorer studerades: delande av bilar, transport, boende, verktyg och livsmedel. Genom en kvantitativ undersökning adapterade man ett hållbarhetsramverk med avstamp i SDT och fördjupade sig i betydelsen av ekonomiska, sociala och miljömässiga motivationsfaktorer. Man klassificerar ekonomiska faktorer som yttre motivationer och de sociala och miljömässiga faktorerna som inre motivationer (Böcker & Meelen, 2017, s. 29). Studien utgick från datainsamling genom en enkätundersökning där 1330 respondenter som var villiga att delta i olika former av delningsekonomi svarade på undersökningen (Böcker & Meelen, 2017, s. 32).

Resultatet visade att användare av delningstjänster är mer motiverade av ekonomiska faktorer än delare. De ekonomiska faktorerna var viktigast inom delningssektorn för boende, de miljömässiga faktorerna var viktigast inom delningssektorn för bilar samt transport och de sociala faktorerna var viktigast inom delningssektorn för livsmedel. Yngre samt låginkomstgrupper var mer ekonomiskt motiverade till ett användande och de med högre utbildning samt inkomst var mindre socialt motiverade. Kvinnor var överlag mer miljömässigt motiverad än män (Böcker & Meelen, 2017, s. 36–37).

Även Bellotti et al. (2015, s. 1087–1089) intervjuade delare och användare av delningstjänster för att undersöka vad som motiverar till ett deltagande. Det gällde för både kommersiella och icke-kommersiella delningsekonomier. Utöver motiven bakom deltagandet ställdes frågor om problem och barriärer. Totalt konkluderades 68 stycken intervjuer, varav 15 representerade icke-kommersiella delningsekonomier. Från intervjuerna kunde man sedan urskilja karaktäristiska citat som kodades i 8 olika psykologiska behov som i sin tur driver 21 olika motivationskategorier. Ett urval av dessa behov är socialt inflytande, status, social tillhörighet och den inneboende motivationen i form av bland annat nöje och intresse. Resultatet av undersökningen pekar på att det finns en aberration mellan delarnas uppfattning om användares motivationer och vad som faktiskt motiverar användare. Delare skapar en delningsmodell för att möjliggöra ett miljömässigt vänligt alternativ genom att dela tjänster och hjälpa andra. Däremot så anpassar sig användare efter delningsmodellen snarare för att tillgodose sina anspråk genom att få det man behöver på ett bekvämligt sätt till ett lägre pris (Bellotti et al., 2015, s. 1092). Något som både delare och användare dock är överens om är signifikansen av sociala element i ett

delningssystem. Människor föredrar att interagera med andra som delar deras värderingar (Bellotti et al., 2015, s. 1090).

3.4 Hypotesgenerering

Sammanfattningsvis återges en överblick över den tidigare forskningen som har belysts i detta avsnitt inom respektive teoretiskt område nedan i tabell 1. Dessa, i samband med kartläggningen av teorin, ligger sedan som grund för studiens hypotesgenerering.

Tabell 1. En överblick av tidigare forskning inom delningsekonomi

Typ av forskning	Författare					
Fritidsbanken	Ndure et al.	Engström	Dahlman et al.			
Motivationsfaktorer						
TRA & TBP	Barnes & Mattson	Hawlitschek et al.	Matzner	Bellotti et al.		
SDT	Hamari et al.	Tussyadiah	Böcker & Meleen	Bellotti et al.		
Icke-kommersiella	Ozanne & Ballantine	Pedersen & Netter	McArthur	Albinsson & Perera	Nakamura & Abe	Decrop et al.
Övrig relevant forskning	Möhlmann	Gullstrand Edbring et al.	Wilhelms et al.			

3.4.1 Motivationer för deltagandet

Flera av de tidigare nämnda definitionerna av en delningsekonomi innefattar element som inte är relevanta för just den delningsekonomi som denna studie undersöker: den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken i Umeå. Framförallt kan man urskilja ett glapp gällande den digitala plattformen som ska föreligga i en delningsekonomi. Detta är något som inte gäller för Fritidsbanken, då de administrerar all deras uthyrning i en fysisk butik. Dessutom är inte de definitioner där en kostnad medföljer för att hyra varan eller tjänsten applicerbar för Fritidsbanken, eftersom all utrustning både lämnas in och hyrs ut gratis. Å andra sidan finns flera andra aspekter i definitionerna som passar in på Fritidsbankens verksamhet och som har föranlett studiens syfte. Bland annat sker inget ägarbyte av sport- och fritidsutrustningen som lånas från Fritidsbanken och dessutom utnyttjas utrustningens outnyttjade kapacitet genom delningen som Fritidsbanken möjliggör. Det är således det fenomen som mest riktigt beskriver Fritidsbankens verksamhet. Denna utläggning har identifierat olika komponenter i en delningsekonomi som bör beaktas och belysts för att kunna genomföra de olika testerna och studiens syfte.

Fenomenet delningsekonomi som testas i denna studie är mer specifikt den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken och vad som motiverat deras låntagare till deltagandet. Enligt bland annat Albinsson och Perera (2012), Olson och Kemp (2015), Möhlmann (2015) och Stephany (2015) föreligger ekonomiska, miljömässiga och sociala fördelar inom en delningsekonomi. Decrop (2018), Gullstrand Edbring et al. (2015), Ozanne och Ballantine (2010) med flera, menar även att ekonomiska faktorer är avgörande till ett deltagande. Slutligen fann bland annat McArthur (2015), Ozanne och Ballantine (2010) samt Pedersen och Netter (2015) att miljömässiga och sociala motivationsfaktorer var avgörande till deltagandet i en delningsekonomi. Baserat på resultat från tidigare forskning inom ämnet

genereras följande hypoteser för att studera om denna studie når likvärdiga resultat som tidigare forskare kommit fram till:

H1a: Det finns ett samband mellan ekonomiska motiv och deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken.

H1b: Det finns ett samband mellan miljömässiga motiv och deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken.

H1c: Det finns ett samband mellan sociala motiv och deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken.

3.4.2 Utfall av deltagandet

I och med att respondenterna i denna studie utgörs av redan aktiva låntagare, innebär det att deras övervägande gällande deltagandet i Fritidsbanken redan har skett, vilket i sin tur avspeglar deras intentioner. På så sätt antar studien att individen redan har upplevt en kontroll över det utförda beteendet, en positiv attityd gentemot Fritidsbanken samt en positiv inverkan från sin omgivning, något som belyses i TPB. Det vi vill försöka förklara genom TPB är intention till beteendet, det vill säga motivet för att låna från Fritidsbanken och beteendet efter lånet. Att beteendet redan har tagit plats är en anledning till att studien använt sig av teorin TPB snarare än TRA. Teorin TPB testas för att försöka förklara sambandet mellan intentionen och det efterföljande beteendet bland Fritidsbankens låntagare. Tidigare forskning har bland annat funnit signifikanta resultat för ekonomiska, miljömässiga och sociala motivationsfaktorer (Barnes & Mattson, 2017; Hawlitschek et al., 2016; Matzner, 2015). Baserat på vår tolkning av teorin och med hjälp av tidigare forskning inom ämnet genereras följande hypoteser:

H2a: Det finns inget samband mellan ekonomiska motiv och ekonomiska utfall.

H2b: Det finns ett samband mellan miljömässiga motiv och miljömässiga utfall.

H2c: Det finns ett samband mellan sociala motiv och sociala utfall.

Anledningen till att studien valt att ställa den första hypotesen i motsatt riktning till de övriga hypoteserna är för att den ekonomiska intentionen och beteendet mäter motsägelsefulla värden. De ekonomiska motiven, det vill säga intentionen, mäts i form av att låntagarna deltar för att spara pengar och för att undvika inköp. Det ekonomiska utfallet, det vill säga beteendet, mäter snarare det motsatta, där utfallet är att konsumenterna faktiskt spenderar pengar och köpt utrustning. Därför tror inte vi att denna intention kommer driva beteendet i detta fall.

3.4.3 Nöjdhet från deltagandet

Valet av att även använda SDT som teori grundas i att studien antar att de som lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken redan har ett inneboende intresse för sport och fritid, vilket belyses som en faktor i teorin. De komponenter som SDT fångar upp passar således in på studiens undersökningsobjekt, det vill säga låntagarna. Kategorisering av inre och yttre motivationer grundas fortsättningsvis i hur tidigare forskning har gjort denna indelning, men även i hur studien har tolkat teorin. Ekonomiska faktorer klassificeras som yttre motivationer och placeras därför längst till vänster på autonomitetskalen i figur 5, som en extern bestämmelse. Anledningen till detta är, enligt vår uppfattning, att pengar enbart tillfredsställer ett externt behov, det är därmed inget inre självbestämmande beslut. Dessutom har denna typ av klassificering gjorts i en del tidigare forskning, såsom Böcker och Meelen (2017), Hamari et al. (2016) och Tussyadiah (2016).

De miljömässiga faktorerna klassificeras å andra sidan i stark kontrast mot detta. Miljömässiga faktorer representerar både en känsla av en upplevd kompetens och

självbestämmande, vilka båda är faktorer som driver den inre motivationen. Denna klassificering är även i enlighet med vad Hamari et al. (2016) har konkluderat. Kategoriseringen för de sociala motivationsfaktorerna är dock mer svårtolkad. Vissa forskare menar att sociala motiv drivs av inre motivationer (Böcker & Meelen, 2017, s. 29), andra menar att de är yttre faktorer som driver den sociala motivationen (Tussyadiah, 2016, s. 74). En komponent som driver de inre motivationerna är social tillhörighet, något som återspeglas i de sociala motiven. Å andra sidan kan de sociala motivationerna påverkas av yttre sociala faktorer, såsom sociala normer och ett socialt inflytande. Därför placerar vi denna motivationsfaktor längst till höger på autonomitetskalan, som en integrerad bestämelse av den yttre motivationen, vilken innebär att den ligger väldigt nära den inre motivationen.

Teorin SDT testas för att se om det finns några skillnader mellan de inre och yttre motivationerna och hur nöjd man med sitt deltagande i Fritidsbanken. På så sätt kan man utvärdera om det är de inre motivationerna eller de yttre motivationerna som förklarar nöjdheten. Baserat på teorin och resultat från tidigare forskning inom ämnet genereras hypoteser, varvid resultatet från denna studie sedan ska jämföras mot tidigare resultat. Bland annat såg Möhlmann (2015) att de ekonomiska motiven drev hur nöjd man är, medan Tussyadiah (2016) såg att miljömässiga och sociala motiv drev hur nöjd man är.

H3a: Det finns ett samband mellan den yttre motivationsfaktorn som drivs av en extern bestämelse (ekonomiska motiv) och hur nöjd man är med Fritidsbanken

H3b: Det finns ett samband mellan den inre motivationsfaktorn (miljömässiga motiv) och hur nöjd man är med Fritidsbanken.

H3c: Det finns ett samband mellan den yttre motivationsfaktorn som drivs av en integrerad bestämelse (sociala motiv) och hur nöjd man är med Fritidsbanken.

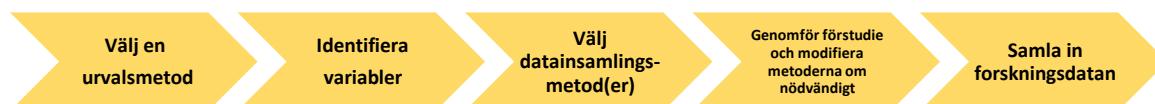
4. Tillvägagångssätt

I denna del behandlas information gällande hur studien har gått tillväga i praktiken för att samla in enkätdata. Utöver detta framgår det hur studien gjort sitt dataurval, tillsammans med begränsningar i datatillgången. Vidare belyses de variabler som ska utvärderas och följaktligen testas genom studiens hypoteser för att besvara studiens syfte och generera svar på problemformuleringen. Framförallt behandlats information om datainsamlingsmetoden, vilken utgörs av en enkätundersökning. Därefter går studien igenom hur man hanterat och analyserat datan som samlats in.

4.1 Data och population

Denna studie baseras på data i form av en enkätundersökning, vilken riktar sig till personer i Umeå som har lånat sport- och fritidsutrustning på Fritidsbanken. Enkäten har skickats ut via sms eller mail till totalt 1044 låntagare via Fritidsbankens sparade dataregister från och med sex månader tillbaka. Utav dessa har 268 fullständiga svar registrerats och efter en bortfallsanalys kunde 264 svar i sin tur analyseras. I och med att en egen enkät konstruerats och skickats ut till en population som tidigare inte undersökts, har helt ny icke-existerande data samlats in, så kallad primärdata. En fördel med en primärdataundersökning är bland annat att datamaterialet är aktuellt och kan anpassas efter studiens problemformulering (Dahmström, 2011, s. 14). Primärdata syftar också till att datan analyseras av samma forskare som samlat in datan (Bryman & Bell, 2017, s. 33).

När den datan som har samlats in processats har studien delvis tagit stöd i datainsamlingsproceduren presenterad i Collis och Hussey's litteratur (2014, s. 197), vilken härstammar från det positivistiska synsättet. Denna datainsamlingsprocedur bidrar till att studien når sitt mål samt strukturerar arbetet med datainsamlingen. Processen kan beskrivas i stora drag genom följande illustration (figur 6):



Figur 6. Datainsamlingsmetod från det positivistiska synsättet (Collis & Hussey, 2014, s. 197: vår bearbetning).

4.2 Urvalsmetod

Eftersom studien riktar sig till en specifik grupp, som blivit utvald på förhand, genomför studien därmed inte ett slumpmässigt urval (Denscombe, 2018, s. 67). I ett slumpmässigt urval skulle istället stickprovet valts ut slumpmässigt ur populationen (Djurfeldt et al., 2018, s. 112). Rekommendationen är enligt Saris och Gallhofer (2014, s. 9) att urvalet ska göras slumpmässigt, utan att forskaren kan påverka selektionen av populationen, så detta kan ses som en brist i denna studie. Att inte hela populationen är medräknat i stickprovet kan även bidra till en underdeckning, vilket kan påverka den statistiska inferensen (Speklé & Widener, 2018, s. 5). Detta kan dock även vara ett problem i ett slumpmässigt urval (Moore et al., 2016, s. 137). Studiens urval inkluderar Fritidsbankens låntagare från de senaste sex månaderna. Att rikta sig till personer som redan har lånat sport- och fritidsutrustning är en fördel då det innebär att de har mer kunskap om delningstjänsten och är därför i en bättre position att ge ett korrekt svar på enkätundersökningen (Hamari et al., 2016, s. 2053). Som följd av komplikationer i datatillgången har datainsamlingen inte täckt hela populationen,

det vill säga Fritidsbankens alla låntagare sedan öppningen. Istället har datainsamlingen behövts avgränsats för att vara i enlighet med lagstiftningen GDPR¹ (Fritidsbanken, u.å. c).

Detta har inneburit att studien har begränsat sitt totalurval till låntagarna från de senaste sex månaderna, som frivilligt har fått svara på en utskickad enkät. Det innebär att hela urvalet utgör stickprovet. Alla som har mottagit enkäten har därför haft samma sannolikhet att inkluderas i urvalet, likt ett sannolikhetsurval (Djurfeldt et al., 2018, s. 103). Denna avgränsning kommer mest troligen leda till att ungefär hälften av alla tidigare låntagare inte kan kontaktas direkt via sms eller mail-utskick. Det baseras på att Fritidsbanken vid undersökningstillfället har bedrivit sin verksamhet i ungefär ett år. Studien har inte fått tillgång till några exakta uppgifter om hur många av Fritidsbankens tidigare låntagare som blivit exkluderade i urvalet. Det faktum att Fritidsbankens koncept i Umeå har varit väldigt framgångsrikt, det vill säga att dem har lyckats administrera mycket delning, innebär mest sannolikt att en bredare population med en större variation kan undersökas, jämfört med om någon annan Fritidsbank skulle utvärderas.

I och med att studien arbetar med ett urval blir det viktigt att beakta eventuella felaktigheter i den statistiska inferensen när man drar slutsatser kring studiens resultat. Bara i undantagsfall kan resultatet från ett urval likställas med resultatet från en hel population (Edling & Hedström, 2003, s.41). Vi upplever svårigheter med att generalisera resultatet från studien i och med att vi inte har någon information om fördelningen av den totala populationen. Det finns sålunda en tveksamhet kring huruvida studiens resultat är generaliserbart för hela populationen samt för övriga Fritidsbanker. Studiens relativt stora stickprov gör dock att precision i estimationen av populationen ökar (Djurfeldt et al., 2018, s. 113).

4.2.1 Etiska överväganden

Så fort människor är inblandade i en undersökningsstudie, bör man överväga etiska dilemman inom forskningen. Bland annat för att man behöver få ett etiskt godkännande från de som deltar i studien (Collis & Hussey, 2014, s. 204). Diverse etiska angelägenheter kan uppkomma under olika stadier av forskningsansatsen, tillsammans med problem kring hur forskaren ska få tillgång till datan som ska samlas in. För att lyckas med sin studie, bör man diskutera dessa två viktiga problem före insamlingen av datan påbörjas (Saunders et al., 2012, s. 220).

Vid genomförande av en enkätundersökning brukar rekommendationen vara att överväga fyra forskningsetiska krav enligt Eljertsson (2014, 31–32). Det första anspråket handlar om informationskravet och innebär att respondenterna ska informeras om enkätundersökningen och dess syfte samt att det är helt frivilligt att delta. Detta krav uppfylldes i och med att enkäten innehöll ett följebrev som avslöjade denna information. Denna information fick respondenterna tillgång till genom en länk i följebrevet (se appendix 1). Det andra kravet behandlar samtycket och belyser att respondenterna själva ska ha rätt att bestämma över sin medverkan i enkätundersökning. Ett deltagande i en webbaserad enkätundersökning likställs med ett samtycke och därav är detta krav uppfyllt.

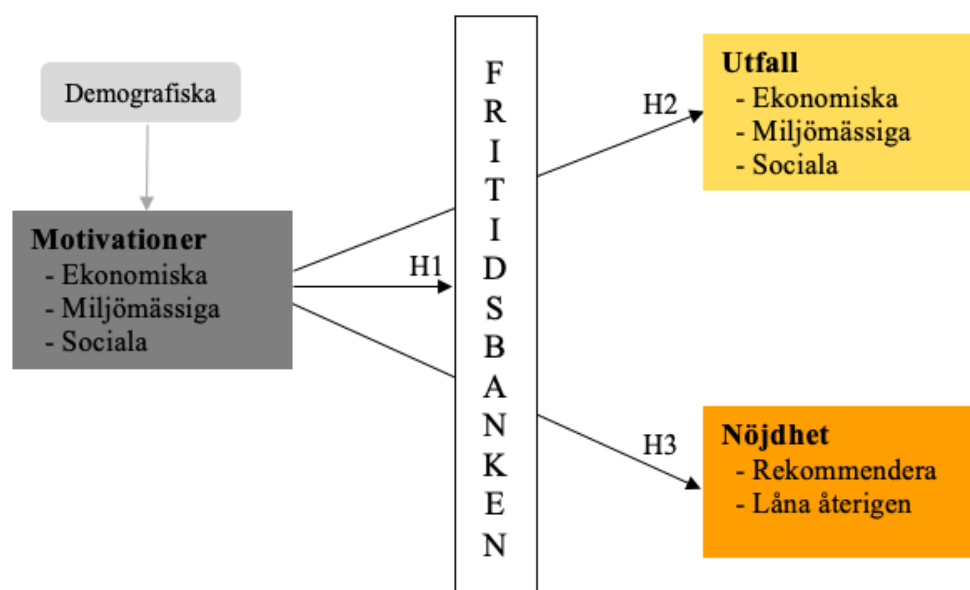
Konfidentialitetskravet och nyttjandekravet utgör det tredje och fjärde kravet. Dessa innebär att obehöriga inte ska kunna ta del av deltagarnas personuppgifter och att uppgifter om den insamlade datan enbart får användas i enkätens ändamål. Av dessa skäl skrevs ett

¹ GDPR är en förkortning av *The General Data Protection Regulation* och finns till för att skydda en persons grundläggande rättigheter och friheter, med särskilt fokus på skydd av personuppgifter (Datainspektionen, u.å.).

sekretessavtal med Fritidsbanken. Sekretessavtalet beviljade även oss åtkomst till låntagarnas telefonnummer och mail och låntagarna har därför kontaktats direkt via sms- eller mail-utskick innehållandes en länk till enkäten. Alla som deltagit i enkäten har vidare gjort det helt anonymt. Om man önskade att vara med och tävla om utlottningen av fribiljetter till Navet behövde man dock lämna ut sitt mobilnummer i slutet av enkäten. Mobilnumret har då enbart använts i syfte att lotta ut biljetterna. Alla respondenter som har slutfört enkätundersökningen har möjlighet att vinna en biljett, även de som har angivit ett felaktigt enkätsvar som därför har exkluderats i analysen. Ytterligare etiska överväganden som har gjorts är att inte fråga respondenterna om sin inkomst, för att det kan uppfattas som känslig information att lämna ut, samt att välja en 5-gradig svarsskala. Detta för att inte tvinga respondenten att ta ställning till varje fråga. Den 5-gradiga skalan gav respondenten möjlighet att svara neutralt.

4.3 Variabler

Efter att urvalsmetoden har fastställts blir nästa steg att identifiera vilka variabler som ska undersökas i studien. Valet av variabler bör baseras på vilken typ av studie som genomförs (Saris & Gallhofer, 2014, s. 4–5), teorier, tidigare forskning och egna resonemang. Valet av variablerna sätter riktlinjer för de initiala statistiska analyserna, det vill säga lämpliga diagram och sammanfattande mått med mera (Dahmström, 2011, s. 23). Eftersom denna studie har ett deduktivt angreppssätt samt en fallstuderande och utforskande forskningsdesign, bör man definiera teorierna man ska testa i relation till variablerna i undersökningen innan man utformar frågeformuläret till enkäten. Man måste med andra ord ha definierat tydligt vilka förklarings- och responsvariabler som används i studien och hur relationen mellan dessa kan tänkas se ut innan enkäten utformas (Saunders et al., 2016, s. 444). Utöver detta kan det finnas variabler som både har en direkt och indirekt effekt av utfallet, exempelvis de demografiska variablerna. Därför bör man utveckla en modell som visar på förhållande mellan de variabler som är intressanta för studien (Saris & Gallhofer, 2014, s. 5). För att illustrera dessa variabler samt demonstrera vad denna studie ämnar testa med hjälp av teori och hypoteser, för att nå studiens syfte, har en egen modell utformats (se figur 7).



Figur 7. Studiens undersökningsmodell

Som man kan utläsa från undersökningsmodellen har studien valt att kategorisera tre huvudvariabler: ekonomiska, miljömässiga och sociala variabler, för att operationalisera studiens syfte och fånga låntagarnas upplevelser. Valet av denna gruppering grundar sig till stor del i vilka variabler som har testats i den tidigare forskning som finns gällande motivationsfaktorer och intentioner att delta i en delningsekonomi. Signifikansen av dessa variabler har vägts samman, varav några av de som visats sig vara mest betydelsefulla har härletts och kategoriserats till ekonomiska, miljömässiga och sociala (e.g. Barnes & Mattson, 2017; Böcker & Meleen, 2017; Hamari et al., 2016; Tussyadiah, 2016). Inledningsvis i studien redogjordes även för några av delningsekonomin fördelar, där dessa variabler utgjorde en tydlig del av grunden. Denna variabelkategorisering gjordes även för att fylla forskningsgapet, underlätta analysen och avgränsa antalet variabler som inkluderas i modellen.

Vidare ställs frågor om utfallet av lånet för att utvärdera ekonomiska, miljömässiga och sociala effekter. Dessa frågor bidrar till studiens forskningsgap som var att utvärdera effekter som lånet från Fritidsbanken har inneburit. För att sammankoppla teorin TPB så ställs en specifik motivationsfråga inom varje kategori, som är anpassad till Fritidsbankens verksamhet och som således kommer reflektera beteendet mer detaljerat. Övriga referenser är adapterade eller inspirerade från tidigare forskning. Slutligen mäts deltagandet genom att använda variabeln antal, som mäter hur många gånger man lånat utrustning från Fritidsbanken. Detta grundas i argumentet om att fler lån resulterar i ett ökat deltagande och innebär således att antalet lån är en stark mätvariabel av den generella motivationen för deltagandet i Fritidsbanken. Därtill ställs två frågor som ska mäta hur nöjd man är: hur troligt det är att man kommer rekommendera Fritidsbanken (Hosany & Witham, 2010, s. 260) samt hur troligt det är att man skulle låna utrustning igen (Susskind et al., 2018, s. 392). En sammanfattning av studiens operationalisering finns i appendix 2.

Denna kategorisering innebär i sin tur att vissa variabler som tidigare testats och visat på en signifikans antingen har helt uteslutits alternativt inkluderats, men nedtonats, inom någon kategori. Dessa variabler är bland annat nöje, bekvämlighetsfaktorer, rykte, status, lokaliseringsfördelar och politiska incitament. Detta blir som följd en stor brist i denna studie. Studien har övervägt och beaktat denna brist och dragit slutsatsen att någon typ av variabelindelning dock behövde göras. Dels för att underlätta analysen och hålla sig inom den tidsram och de kunskapskrav som studien har. Dels för att försöka skapa en enkät som är lättöverskådlig och relativt enkel att svara på och få in så många svar som möjligt.

I valet av de demografiska variablerna övervägde studien att addera ytterligare bakgrundsfrågor alternativt byta ut några variabler mot andra. Även här har studien behövt göra avgränsningar till att bland annat inte undersöka utbildningsnivån, likt Tussyadiah (2015, s. 75) samt Barnes & Mattson (2017, s. 286). Däremot inkluderades den huvudsakliga sysselsättningen för att undersöka om det går att urskilja några skillnader mellan studenter och övriga sysselsättningar. Studien ansåg att det var av intresse att undersöka denna variabel dels på grund av Fritidsbankens geografiska läge. Fritidsbanken är lokaliserad i ett studenttätt område. Studien har även fått intrycket av att det är mest studenter som lånar sport- och fritidsutrustning, baserat på samtal med Fritidsbankens personal. Utöver detta undersöktes respondenternas kön, ålder, hur långt från Fritidsbanken de bor, hur många som bor i hushållet och om det finns barn under 18 år i hushållet. Valet av demografiska variabler baseras förutom detta på tidigare enkätfrågor som har använts av projektet i en annan enkätundersökning.

4.4 Datainsamlingsmetod

De två huvudmetoderna för datainsamling är enligt Collis och Hussey (2014, s. 204) intervjuer eller frågeformulär som deltagarna får svara på självständigt, varav denna studie tar avstamp i en enkätundersökning. Målet är att ta reda på hur respondenterna har agerat och tänkt i en icke-kommersiell delningsekonomi. Att genomföra enkätundersökningar är en bra metod för att samla in data om respondenternas perceptioner och intentioner som driver deras beteende (Speklé & Widener, 2018, s. 3) och har blivit en allt viktigare del i forskningen under de senaste 15 åren (Saris & Gallhofer, 2014, s. 3–4).

Valet av att genomföra just en enkätundersökning som datainsamlingsmetod grundar sig dels i att syftet med studien är att exploatera användares åsikter och beteende gällande ett lån av Fritidsbankens utrustning. En enkätundersökning gör det möjligt att studera ett fenomen i dess naturliga miljö. För att ta reda på användares åsikter behöver datainsamlingen ske nära verksamheten, genom att rikta sig direkt till användarna och ge dem möjlighet att reflektera över sitt deltagande (Speklé & Widener, 2018, s. 3). Enkätinsamlingen kommer att resultera i att studien får information om låntagarnas beteenden och därmed vad som motiverat dem, detta för att besvara studiens syfte. Likaså gäller för att ta reda på utfall av lånet. Därför blir det ett naturligt val att verkställa en enkätinsamling.

Vi kan fortsättningsvis se att enkätundersökningen används i majoriteten av den tidigare forskningen inom ämnet delningsekonomi som denna studie bygger på. I tabell 2 nedan sammanfattas metodvalen från den forskning som belyses i denna studie, vilken visar på ett övergripande val av enkätundersökning som metod. Detta ger incitament att en enkätundersökning är det mest lämpliga metodvalet även för denna studie.

Tabell 2. En överblick av metodval från tidigare forskning inom delningsekonomi

	Enkätundersökning	Intervju
Albinsson & Perera (2012)		X
Barnes & Mattsson (2017)	X	
Bellotti et al. (2015)	X	X
Böcker & Meleen (2017)	X	
Decrop et al. (2018)		X
Gullstrand Edbring et al. (2016)	X	X
Hamari et al. (2016)	X	
Hawlitschek et al. (2016)	X	X
McArthur (2015)	X	
Möhlmann (2015)	X	
Ozanne & Ballantine (2010)	X	
Pedersen & Netter (2015)	X	
Tussyadiah (2016)	X	
Wilhelms et al. (2017)		X

Det finns flera dilemman som kan uppkomma i en enkätundersökning. Enligt Speklé och Widener (2018, s. 3) är de fyra största problemen en brist på subjektivitet (bias), utelämnade variabler, urvalsstrategier och generaliserbarheten i enkäten. Dessa problem kommer att adresseras och genomsyra informationen under rubriken 4.4.1 Enkätutformning nedan. Utöver detta finns det risker med inmatningsfel samt problem med bortfall associerat med enkätundersökningar. Inmatningsfel uppkommer efter att enkätdata är insamlad och ska överföras från frågeformuläret till respektive statistiska program för analys (Djurfeldt et al., 2018, s. 103, 109). Studien har övervägt dessa aspekter och försökt att hantera genomgående

under enkätutformningen och analysen av enkätdata. Den utskickade enkäten återfinns i sin helhet i appendix 1.

4.4.1 Enkätutformning

När frågorna till enkätundersökningen utformats har studien bland annat övervägt fyra beslut föreslagna av Saris & Gallhofer (2014, s. 6–8). Det första beslutet handlar om att välja rätt dimension på vilken ämnet ska analyseras för att nå syftet. Vid en enkätundersökning ska resultaten av studien på något sätt kunna kopplas till tidigare forskning och därför är det viktigt att använda rätt frågor. Då kundbeteenden kan vara svåra att mäta är det rekommenderat att använda befintliga rangordningsfrågor från tidigare vetenskap (Saunders et al., 2016, s. 444, 461). Därför har studien, i den utsträckning som det är möjligt, adapterat enkätfrågor om motivationsfaktorer från tidigare forskning inom ämnet delningsekonomi. Studien har även tagit hjälp av specifika metodböcker som avhandlar information om enkätundersökningar (Eljertsson, 2014; Trost & Hultåker, 2016) samt en bok där man sammanställt frågor från tidigare marknadsundersökningar (Bearden et al., 2011). För de frågor som rör utfall från deltagandet i Fritidsbanken har studien enbart baserat frågorna på egna insikter om teorier för att utvidga forskningsgapet och nå syftet med studien. Något som studien haft i åtanke genomgående i formuleringen av dessa frågor är att försöka hålla dem korta, vara konsekventa, undvika laddade ord och negationer, enligt rekommendationer från bland annat Trost och Hultåker (2016, s. 83–88).

Detta föranleder andra beslutet som handlar om hur man ska formulera frågorna i enkäten. En positivist föredrar stängda frågor, med vissa undantag. Stängda frågor är lättare att analysera och svårare för respondenter att tolka (Collis & Hussey, 2014, s. 212). Enligt Trost och Hultåker (2016, s. 74–75, 77) bör man försöka undvika både öppna frågor och följdfrågor i enkäter och istället fokusera på stängda frågor. Man hänvisar då till frågor som är försedda med fasta svarsalternativ. Det finns dock problem som kan tillkomma med stängda frågor i enkäter, bland annat att någon respondent inte tycker att frågeformuleringarna passar personen själv som konstruktör, vilket kan resultera i onyanserade svar. Å andra sidan kan öppna frågor resultera i ett alltför stort bortfall. Detta är ett stort dilemma i en kvantitativ studie.

Speklé & Widener (2018, s. 5–8) påstår att ytterligare ett dilemma i en enkätundersökning är svarbias, varav “social desirable bias” och “halo effect” är två av de viktigaste biaser som uppstår i mätenheten. “Social desirable bias” handlar om att respondenterna svarar utefter vad man tror ska reflektera de sociala normerna, antingen utan att man är medveten om det själv eller så lämnar man avsiktligt felaktiga svar för att påverka forskningen. “Halo effect” handlar snarare om att respondenten fastnat i ett svarsmönster, vilket kommer avspeglas i en hög korrelation och en låg varians mellan frågor inom liknande kategorier. Ett annat problem som kan uppstå är “Response Acquiescence”, det vill säga att respondenterna svarar med en eftergivenhet och har en tendens att hålla med i ett uttryck snarare än att säga emot. Denna eftergivenhet kan orsaka missvisande skillnader i medelvärden (Rammstedt et al., 2017, s. 190).

De frågor som ställs i denna enkätundersökning kommer inledningsvis vara stängda i och med att respondenten kommer att ta ställning till hur motiverad man varit utifrån en skala. För att en skalfråga ska vara försvarbar krävs bland annat att varje enskild fråga inte har ett “rätt” svar, vilket gör att summerande skalor skiljer sig från flervalfrågor (Spector, 1992, s. 1–2). Att svara på en fråga utefter en skala som är baserad på rangordningar är vanligt inom enkätundersökningar. Denna skala, ofta kallad “likertstyle-rating”, ger respondenten möjlighet att bestämma hur mycket man håller med eller inte håller med frågan. Skalan sträcker sig vanligtvis mellan 4-, 5-, 6- eller 7-poäng (Saunders et al., 2016, s. 457–458).

Att använda skalor som svarsalternativ ger forskaren möjlighet att mäta attityder genom att förvandla dem till siffror (Denscombe, 2018, s. 361). I denna enkätundersökning används en 5-gradig skala. Valet av denna skala etableras främst i att en övervägande del av tidigare forskningen har använt denna skalnivå (e.g. Barnes & Mattsson, 2017; Böcker & Meleen, 2016; Ozanne & Ballantine, 2010; Nakamura & Abe, 2014; Tussyadiah, 2015).

En annan skala som har används i en del tidigare forskning är en 7-gradig skala (e.g. Hamari et al, 2016; Hawlitschek et al., 2016; Möhlmann, 2015). Denna skala exkluderades i vår studie för att förenkla valet någorlunda för respondenten genom att minska antalet nivåer på skalan. Den 5-gradiga skalan har dessutom valts framför en 4-gradig eller 6-gradig skala för att det ger respondenten möjlighet att svara neutral eller ta avstånd från frågan om man känner sig osäker eller tveksam. Detta genom att välja nummer tre på skalan (Denscombe, 2018, s. 259, 361; Saunders et al., 2016, s. 458). Trost och Hultåker (2016, s. 167) hänvisar till att en svarsskala på antingen 5 eller 7 steg är de mest förekommande skalorna inom enkätundersökningar, vilket stärker vårt argument för att använda en sådan skala.

Efter att respondenten svarat på motivationsfrågorna utifrån en skala, får de möjlighet att rangordna vilka av de tre faktorerna (ekonomiska, miljömässiga och sociala) som motiverar dem mest, näst mest och minst. Denna fråga ställs som en kontrollfråga för att säkerställa att studien mätt det som ämnats. Därigenom identifieras den inbördes ordningen mellan variabelernas olika värden (Edling & Hedström, 2003, s. 16–17). Därefter ställts två flervalsfrågor för att kartlägga låntagarens upplevelse och ta reda på utfallen av lånet, varvid en av dessa är av spekulativ karaktär och exkluderas därför i analysen. Dessa frågor är tänkta att representera samma kontext som motivationerna, det vill säga en ekonomisk, en miljömässig och en social utfallsfråga. Frågorna behandlar således om låntagarna köpt utrustning, blivit mer miljömedveten samt blivit mer fysiskt aktiv efter att dem lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. I dessa frågor får respondenten välja ett obegränsat antal svarsalternativ samt en möjlighet att skriva ett eget alternativ. Det ger dem utrymme att bilda sig sin egen uppfattning om effekterna av lånet. Ytterligare en fråga som ställdes i enkäten enbart för projektets räkning behandlade hur låntagarna skulle gått tillväga om de inte haft möjlighet att låna utrustning från Fritidsbanken, och således exkluderas den från analysen.

Denna ovannämnda problematik leder vidare in på det tredje beslutet som Saris och Gallhofer (2014, s. 6–8) lyfter fram: huruvida svarsalternativen bör representeras av en skala, flera olika alternativ, egna alternativ, och så vidare. Det sista beslutet ställer frågan om man bör addera ytterligare information till frågan, såsom definitioner och instruktioner, för att respondenterna ska förstå frågan. För de frågorna där innebörden inte ansågs uppenbar har tilläggsinformation adderats, bland annat gällandes olika utfall och motivationer. Detsamma gäller för de frågorna där respondenten behöver mer information för att veta hur man bör gå tillväga för att svara. Exempel på sådan information som inkluderats i denna studie är att man ska svara för sin samlade uppfattning om man har lånat utrustning vid ett flertal tillfällen eller om man lånat till någon annan än sig själv.

Enkäten är utformad på svenska. En del telefonnummer och mailadresser till personer som lånat utrustning från Fritidsbanken var utländska, vilket innebär att det finns en risk att innehavarna inte kan svenska. Detta kan resultera i ett bortfall på grund av språkförbistringar. Vi valde dock att inte skicka ut enkäten på engelska då målgruppen för projektet Sharing City Umeå är det "framtida Umeå", det vill säga de som ämnar att förbli bosatta i Umeå och vill främja en hållbar tillväxt i och med att man fokuserar på integration (Umeå kommun, 2019 b). Det kan visserligen finnas utländska personer som flyttat till

Umeå permanent, men det handlar mest troligen allra oftast om utbytesstudenter som är här på under en kortare period. Detta baserar vi främst på Fritidsbankens geografiska läge.

4.4.2 Pilotstudie

Efter att dessa fyra beslut föreslagna av Saris och Gallhofer (2014, s. 6–9) har övervägts behöver man tillika testa kvaliteten av enkäten och ställa sig frågan om man verkligen kommer få svar på det man vill mäta genom enkäten. Ett sätt för studien att utvärdera om de frågor som ställs i enkäten är mätbara och begripliga var genom att utföra en pilotstudie. Enkäten i pilotstudien utformades i Google formulär och skickades ut till kurskamrater och till projektets ansvariga. Detta är även i enlighet med de etiska riktlinjerna föreslagna av Ejlertsson (2014, s. 32–33) som säger att de ansvariga för enkäten ska genomföra en kritisk granskning av enkäten. Respondenterna hade även möjlighet att ge feedback på hur man upplevde frågorna. Med hjälp av datan som denna pilotstudie genererade (24 svar) fick studien även en förning om hur man kunde analysera datan från den riktiga datainsamlingen.

4.4.3 Svarsfrekvens

Studiens enkät är webbaserad och genomförs med hjälp av programmet Questback, som är ett program som används i marknadsundersökningssyfte (Questback, u.å). Den distribuerades 4/4 via sms och mail till de senaste sex månaders låntagare som fanns registrerade hos Fritidsbanken. Enligt Ejlertsson (2014, s. 10) är svarsfrekvensen vid webbaserade enkätundersökningar som är utskickade via mail ofta låg, något som är en stor nackdel med enkätundersökningar. Som följd av att många maillådor ofta är välfyllda har enkätutskick svårt att få den uppmärksamheten som krävs för att mailet ska prioriteras. Man glömmer enklare bort ett mail än ett vanligt brev (Trost & Hultåker, 2016, s. 143). I och med att denna enkät framförallt förmedlades via sms, var förhoppningen att den inte skulle bortprioriteras i samma utsträckning. För de registrerade användarna där ett fullständigt telefonnummer inte återfanns behövde dock enkäten distribueras via mail.

En annan väsentlig faktor för att nå en så hög svarsfrekvens som möjligt är att hålla nere antalet frågor i enkäten. Vid alltför långa enkäter finns risken att respondenter ger upp innan man slutfört enkäten (Trost & Hultåker, 2016, s. 141). Arbetet med att försöka hålla antalet frågor nere resulterade i 8 inledande frågor (inkluderat demografiska frågor), 15 skalfrågor gällande motivationsfaktorer (5 frågor om respektive motivationsfaktor), 2 utfallsfrågor, en spekulativ fråga om hur man hade gått tillväga om man inte kunnat låna och 2 frågor om hur nöjd man är med sin upplevelse från Fritidsbanken. Utöver detta faktum var ytterligare ett hjälpmedel för att få respondenterna att slutföra enkäten att dela in frågorna i avsnitt som visade hur många procent av enkäten som man hade slutfört. Detta är i enlighet med Trost och Hultåker (2016, s. 93), som menar att det kan vara en god idé att inkludera överskrifter inför varje avsnitt som beskriver vad nästkommande frågor handlar om.

Rent generellt uppnår dock webbaserade enkätundersökningar mest troligen en lägre svarsfrekvens än enkäter som administreras på papper. Nulty (2008, s. 302) menar att den genomsnittliga svarsfrekvensen bland webbaserade enkätundersökningar ligger kring 33 %. Oavsett så är bortfallsdelen i enkäten oftast högre än 50 % (Moore et al., 2016, s. 136). En rekommendation är att titta på liknande enkätundersökningar för att ha en målbild för hur hög svarsfrekvens man kan tänkas uppnå i den egna enkätundersökningen (Denscombe, 2018, s. 40). I majoriteten av den tidigare forskningen som belyses i denna studie framgår dock ingen svarsfrekvens. För de forskningsartiklar där svarsfrekvensen fanns angiven, varierade den dessutom märkbart. Nakamura & Abe (2014, s. 341) uppnådde en svarsfrekvens på 39 %, Hawlitschek et al (2016, s. 4787) uppnådde 28,9 %, medan Böcker & Meelen (2017, s. 32) uppnådde 53,2 %. Forskningsperioden för dessa har fortlöp under

en betydligt längre tidsperiod än vad denna studie tillämpar, därför är dessa svarsfrekvenser inte helt jämförbara.

Ytterligare några viktiga faktorer för att uppnå en högre svarsfrekvens i enkätundersökningar är att få deltagarna motiverade att svara på enkäten samt ställa frågor som upplevs meningsfulla (Eljertsson, 2014, s. 10). Motivationen brukar oftast delas in i två kategorier; den inre och den yttre motivationen. Den inre motivationen speglas av intresset för ämnet och viljan av att delta för att bidra till resultatet. Förhoppningen var att det fanns en tydlig inre motivation hos respondenterna i och med att samtliga lånat utrustning av Fritidsbanken och har därmed visat ett intresse i deras verksamhet. Den yttre motivationen speglas istället av yttre förhållanden som möjligtvis kan påverka drivkraften att svara på enkätundersökningen. En belöning brukar klassas som en yttre motivation, där respondenten kan få någon ersättning för deltagandet (Eljertsson, 2014, s. 39–40). För att öka svarsfrekvensen i vår enkätundersökning hade respondenterna i enkäten möjlighet att vinna en entrébiljett till Navet. Detta genom att delta i en tävling och därigenom vara med i en utlottning om totalt tio entrébiljetter. Att använda sig av denna typ av incitament är i enlighet med de mest effektiva metoderna för att öka svarsfrekvensen i onlineundersökningar (Nulty, 2008, s. 303).

4.5 Bortfall

Eljertsson (2014, s. 25–27) talar om två varianter av bortfall som kan uppkomma i en enkätundersökning: internt bortfall och externt bortfall. Med externt bortfall syftar man på alla personer i urvalet som inte har svarat på enkäten. Med internt bortfall menar man dem som inte svarat på några enstaka frågor i enkäten. Bortfall är problematiskt i och med att det ökar risken för felaktiga generaliseringar av målpopulationen. I enkätundersökningar har denna problematik ökat som följd av den låga svarsfrekvensen. För att hantera detta är det bland annat viktigt att motivera respondenterna till att svara, som nämnts tidigare, samt att skicka ut påminnelser (Nulty, 2008, s. 303; Moore et al, 2016, s. 30). Denscombe (2018, s. 42) anser att man kan upprepa påminnelsen i webbaserade enkätundersökningar två till tre gånger. Denna studie har haft möjlighet att skicka ut två påminnelser. Den första påminnelsen skickades ut fem dagar efter det första ursprungliga utskicket, och den andra påminnelsen ytterligare fem dagar senare. Den 16/4 stängdes sedan enkäten då vi ansåg att tillräckligt många svar hade registrerats.

Av de kontaktuppgifter som studien fått tillgång till var det relativt många telefonnummer som var ofullständiga eller felaktiga och dessa har därför behövts uteslutas. Telefonnummer som var utländska blev också bortfiltrerade eftersom enkäten enbart kunde skickas till svenska telefonnummer genom programmet Questback. Totalt raderades 346 telefonnummer. Detta genererade ett bortfall som innebar att studien inte kunde undersöka alla tilltänkta låntagare från de senaste sex månaderna. För några av de ofullständiga telefonnumren fanns det dock tillgång till mailadresser och studien valde därför, i den utsträckning det var möjligt, att skicka ut enkäten via ett mailutskick till dessa. Studien var medveten om det potentiella bortfallet som skulle infinna sig här, i och med att flera mailutskick gick till utländska respondenter. Totalt återfanns det uppgifter om 242 mailadresser. Därför begränsades detta direkta bortfall till lite drygt 100 låntagare.

I samband med det första och andra enkätutskicket publicerades dessutom en länk till enkäten via Fritidsbankens hemsida och Facebooksida tillsammans med information om utskicket. Syftet med detta inlägg var främst att få så många respondenter som möjligt att besvara enkäten genom att informera och visa för respondenterna att Fritidsbanken stod bakom utskicken. Om respondenterna skulle ana att länken var opålitlig, finns en stor risk att man inte vågade öppna den, därför lades stor vikt vid att kunna sprida denna information.

Den medföljande länken i inlägget var även avsedd till respondenter som hade lånat sport- och fritidsutrustning men som inte fått något sms eller mail. Denna målgrupp handlade främst om de låntagare vars kontaktuppgifter varit ofullständiga. På så sätt fanns förhoppningen att studien skulle nå ut även till dessa och minska detta bortfall. Dock finns en risk att dem som svarat på enkäten via denna publicerade länk inte är personer som har lånat sport- och fritidsutrustning, varken det senaste halvåret, eller överhuvudtaget. Men vi ansåg att sannolikheten för detta problem var relativt liten och resultatet från detta var att enbart tre personer hade besvarat enkäten genom länken.

4.6 Analyismetod

All enkätdata registrerades och sparades på feedbackplattformen Questback där enkäten distribuerades. Härifrån genererades rapporter som exporteras till Excel för fortsatt analys. I Excel sorterades, filtrerades och kategoriserades sedan datan för att den skulle vara överförbar och förberedd för diverse analyser i Stata. I samband med detta genomfördes en del av bortfallsanalysen som resulterade i ett antal interna bortfall av diverse anledningar. I Stata togs sedermera först den deskriptiva statistiken fram, sedan genomfördes de olika analyserna och testerna, såsom regressionsanalys, analys av spridningsmått med mera.

4.6.1 Bortfallsanalys

Då man jobbar med enkäter bör man till att börja med göra en bortfallsanalys innan man kan påbörja det riktiga analysarbetet. Det innebär att man jämför den totala populationen med den population som undersöks (Trost & Hultåker, 2016, s. 12). I denna studie utgörs hela populationen av alla som har lånat utrustning från Fritidsbanken sedan öppning, men eftersom studien inte fått tillgång till all denna data så undersöks den del av populationen som lånat utrustning från de senaste sex månaderna. I och med den begränsade datatillgången fick studien inte heller tillgång till någon statistik över det totala antalet låntagare och därmed kunde inte en fullständig bortfallsanalys genomföras. Totalt skickades 1044 enkäter ut, varav 824 som smsutskick och 220 som mail-utskick. En del telefonnummer och mailadresser som vi fick tillgång till var således felaktiga och kunde därför inte distribueras. Endast 30 stycken (11 %) tilltänkta respondenter påbörjade enkätundersökningen utan att slutföra den. Totalt registrerades 268 svar, vilket genererade en svarsfrekvens på 25,67 %.

Därefter kontrollerades alla felaktiga svar som i sin tur genererade några få interna bortfall. Det var en respondent som hade svarat att dennes ålder var 337 år, därför eliminerades detta svar. Studien var medvetna om denna risk när svarsalternativet ställdes på ett sådant sätt att man fick skriva upp siffror istället för att välja ett alternativ. Att denna svarskategori trots allt enbart resulterade i ett felaktigt svar ser vi som en framgång. En respondent hade svarat att det bodde 0 personer i hushållet, vilket tyder på att respondenten hade misstolkat frågan. Frågan var ställd på ett sätt som innebar att man skulle inkludera sig själv i hushållet, vilket gör det omöjligt att svara att det bor 0 personer i hushållet, därför exkluderades även detta svar. Valet att exkludera svaren från denna respondent snarare än att justera detta svar till 1 person i hushållet grundades i att vår målsättning var att uppnå objektivitet. En annan respondent hade svarat att han både jobbade, studerade och var arbetssökande samtidigt som huvudsaklig sysselsättning. Detta försvårade analysen och därför raderades svaret från denna respondent.

Utöver detta kontrollerades om det var några respondenter som i utfallsfrågorna hade markerat både att inget alternativ stämmer samtidigt som man hade valt något annat utfallsalternativ. Här fann vi att en respondent hade svarat på fråga 14 genom att både välja "inget alternativ stämmer" och "jag kommer att köpa utrustning". Detta svar är därmed missvisande och togs därför bort inför den fortsatta analysen. På den fråga som inte var

obligatoriskt upplevde vi också 14 stycken interna bortfall, det vill säga de personer som svarat på resterande delen av enkätundersökningen men inte just denna fråga. Eftersom detta bara var en kontrollfråga inkluderades inte denna fråga i den analysen och därför skadades inte trovärdigheten i studien märkbart. Totalt sett resulterade bortfallsanalysen i att 264 svar kunde användas för att genomföra tester och ytterligare analyser.

4.6.2 Deskriptiv analys

Efter att bortfallsanalysen har genomförts utforskar studien fördelningen från svaren genom en deskriptiv analys. Att lämna beskrivande information om den demografiska profilen krävs då man studerar människor, för att kunna bedöma validiteten. Den demografiska informationen ska bland annat involvera sammansättningen av populationens härkomst, såsom ålder och kön. Den valda populationen i studien bestämmer också till en stor del hur generaliserbar resultatet är. Därför är det viktigt att beskriva undersökningssubjekten i förhållande till forskningsfrågan (Kallet, 2004, s. 1230–1231). Eftersom det inte genomförts någon liknande studie av Fritidsbankens låntagare tidigare, fanns det ingen kunskap om hur fördelningen mellan de demografiska variablerna ser ut i dagsläget. Därför tog studien fram ett flertal statistiska mått, för att beskriva och förklara hur populationen såg ut. Den deskriptiva analysen användes också i syfte att säkerställa att respondenterna uppfattat frågan på korrekt sätt genom att identifiera eventuella utstickande svar. Den deskriptiva analysen innefattar även diverse spridningsmått, såsom medelvärdet och standardavvikelse, för respektive fråga i enkäten.

Kodning

Studien behandlar variabler av fler olika slag, som kan anta flera olika värden, något som behöver beaktas i analysen. Vissa variabler är diktomvariabler som bara kan anta ett begränsat antal värden, exempelvis kön, och andra är kontinuerliga variabler, såsom ålder (Edling & Hedström, 2003, s. 11–12). De variabler som inte antar numeriska värden har därför kodats om till dummyvariabler för att kunna analyseras. Frågorna som har ställts utefter en skala skiljer sig från de övriga variablerna och klassificeras som data på ordinalskala som sträcker sig från 1 till 5. Denna formatering gör det möjligt att rangordna svaren efter hur väl de stämmer överens med den ställda frågan, något som är fördelaktigt i analysen (Denscombe, 2018, s. 361–362). Studien antar vidare att varje steg på skalan är likställd, så att effekten av varje steg på skalan är lika stor. Därefter kodades alla variabler med en etikett i Stata för att kunna genomföra analysen, detta illustreras i operationaliseringen av variablerna i appendix 2. Till sambandsanalyserna har vi vidare valt att kategorisera om den demografiska variabeln som visar hur långt bort från Fritidsbanken man bor. Den delades in i tre olika kategorier som visar om man bor mindre än 1 km från Fritidsbanken, mellan 1 och 5 km eller mer än 5 km från Fritidsbanken.

4.6.3 Sambandsanalyser

Då relationen mellan variablerna sinsemellan analyseras för att mäta samband och skillnader mellan dem, finns det flera faktorer att överlägga. Sambandet mellan variablerna kan bland annat betyda att den ena variabeln orsakar en förändring i den andra, genom ett orsak-verkan samband, men så behöver inte alltid vara fallet. Istället kan det finnas ett så kallat statistiskt samband, där man skiljer på ensidiga-, ömsesidiga och skensamband. Då man analyserar orsak-verkan samband behöver man således etablera vilken variabel som är *beroende* och *oberoende* (Edling & Hedström, 2003, s. 51–53). Den oberoende variabeln, det vill säga förklaringsvariabeln, orsakar, när den manipuleras, en förändring i en annan variabel. Den variabel som förändras benämns som en beroende variabel, det vill säga responsvariabeln (Kallet, 2004, s. 1230). För att avgöra detta val är det fördelaktigt att klargöra om sambandet har dels en negativ eller positiv riktning, dels ett starkt eller svagt samband och dels ett linjärt eller icke-linjärt samband (Edling & Hedström, 2003, s. 53).

Orsak-verkan sambandet föreslår att det finns ett förhållande som förutsätter att beroende variabelns rörelse är bestämd av rörelser i ett antal specifika oberoende variabler (Studenmund, 2014, s. 6). De analyser som studien använder för att testa samband är korrelation- och regressionsanalyser.

Index

I en enkät är det vanligt att man slår samman flera frågor till ett index inför analysen för att inte få alltför många värden på variablerna (Trost & Hultåker, 2016, s. 166–167). I studien gjorde vi flera överväganden om vilka variabler som kunde slås samman i syfte att underlätta inför analysen. Till att börja med slogs alla frågor inom respektive motivationsfaktor samman, det vill säga att frågorna avseende sociala frågor slogs samman till en genomsnittsvariabel. Detsamma gjordes för både de ekonomiska frågorna samt de miljömässiga frågorna. Vidare slogs även de två frågorna om hur nöjda låntagarna var med sin upplevelse från Fritidsbanken samman till en variabel. Dessa frågor avsåg att mäta likvärdiga variabler, vilket motiverade hopslagningen. För att säkerställa hopslagningen genomfördes ett Cronbach's alpha test och på så sätt försäkra att frågorna relaterar till samma mått då de aggregeras till en gemensam totalpoäng. Cronbach's alpha är ett mått som används för att mäta den inre reliabiliteten. Det är ett mått som beräknar genomsnittet av samtliga reliabilitetskoefficienter som slumpmässigt delas in i två grupper för att sedan jämföras med varandra. Alfakoefficienten varierar mellan 0 och 1, där 0 motsvarar ingen reliabilitet alls och 1 motsvarar en perfekt inre reliabilitet (Bryman & Bell, 2017, s. 175).

Gällande vad som ska anses som ett acceptabelt värde på Cronbachs alfa finns meningsskiljaktigheter. En tumregel är enligt Bryman och Bell (2017, s. 175) att måttet ska uppnå 0,8 för att anses som acceptabelt. Enligt Hair et al. (2006, s. 137) betraktas den generellt överenskomna lägsta gräns som 0,7, men att denna gräns kan reduceras till 0,6 vid utforskande studier. Gliem och Gliem (2003, s. 87–88) menar att måttet aldrig får understiga 0,5, samtidigt som det är svårt att ange en lägsta acceptabel gräns eftersom måttet ökar delvis med antal skalsteg i frågorna. Denna studie uppnådde höga värden på både de miljömässiga och sociala motivationsfaktorerna, men ett någorlunda lägre värde för de ekonomiska motivationsfaktorerna. Vi adapterade därför regeln om att alpha ska överstiga 0,6 i och med att vi genomför en utforskande studie parallellt med att det är relativt få variabler som inkluderas i alphavärdet. Detsamma gällde för sammanslagningen av de båda nöjdhetsfrågorna (se tabell 3).

Tabell 3. Cronbach's alpha

Cronbach's alpha	Ekonomiska	Miljömässiga	Sociala	Nöjdhet
Skalans reliabilitetskoefficient	0,6290	0,8979	0,8036	0,6015
Antal objekt i skalan	5	5	5	2

Regressionanalys

Regressionsanalys är en statistisk analys som används för att förklara relationen mellan en responsvariabel och en eller flera förklaringsvariabler (Moore et al., 2016, s. 86). Datan för en enkel linjär regression består av observationer av en förklaringsvariabel och en responsvariabel. Jämförelsevis består en multipel regression av fler än en förklaringsvariabel (Moore et al., 2016, s. 534). Regressionsanalysen fyller sedan två viktiga funktioner. Delvis används den för att estimerar värdet på responsvariabeln, givet värdena på förklaringsvariablerna. Dessutom används den för att förklara hur starkt variabelsambandet är, om det är positivt eller negativt samt om det är statistiskt säkerställt för varje förklaringsvariabel i regressionen (Hair et al., 2006, s. 190).

Ekvationen för en multipel linjär regression är:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \dots + \beta_n x_{in} + \varepsilon_i \quad i = 1, 2, \dots, n$$

Där:

y_i = beroende variabel (responsvariabel)

x_i = den i :onde observationen av den oberoende variabeln (förklaringsvariabeln)

ε_i = den i :onde observationen av den stokastiska feltermen

β = regressionskoefficienterna

n = antalet observationer (Studenmund, 2014, s. 12–13)

Om modellen är ackurat kan vi beskriva hur medelvärdet av y varierar med olika sammansättningar av x (Moore et al., 2016, s. 549). För att bestämma om man har hittat en bra regressionsmodell som förklarar responsen kontrolleras modellens förklaringsgrad (R^2). Den beskriver styrkan i det linjära förhållandet och hur bra den estimerade regressionen är på att förklara responsen (Moore et al., 2016, s. 87–88). Den högsta förklaringsgraden är 1, vilket innebär att modellen estimerar responsvariabeln perfekt (Hair et al., 2006, s. 185). Dock kommer antalet variabler i regressionsmodellen öka förklaringsgraden och man bör därmed likväl kontrollera den justerade förklaringsgraden, som även tar hänsyn till antalet variabler i modellen (Hair et al., 2006, s. 215–216).

I vår analys kommer både multipel linjär och multipel logistisk regression att användas. Skillnaden mellan de två olika regressionerna är att i den linjära regressionen kan responsvariabeln anta ett kontinuerligt värde, medan i den logistiska regressionen så kan responsvariabeln endast anta två utfall, där det ena är ett “lyckat” svar och det andra ett “misslyckat” (Moore et al., 2016, s. 581). När en variabel är binär, det vill säga enbart har två utfall, så är inte den multipla linjära regressionen en passande modell. Istället bör en logistisk regression användas (Hair et al., 2006, s. 368). Den variabel som testas genom en logistisk regression i vår studie är frågorna avseende utfallen. Där klassificeras svaret som “lyckat” när alternativet har valts av respondenten och “misslyckat” då respondenten inte har valt det aktuella utfallet. Resterande variabler testas genom en multipel linjär regression, i och med att dem antar ett kontinuerligt värde.

Ekvationen och tolkningen av en multipel logistisk regression är något mer komplex än för den multipla linjära regressionen. Här mäts odds, snarare än sannolikheter (Moore et al., 2016, s. 581). Sannolikheten kan aldrig vara exakt 0 eller 1, vilket skiljer de båda regressionsmodellerna åt. Utöver detta är den logistiska regressionskurvan s-formad och bygger inte på ett linjärt samband. Men genom att man arbetar med den naturliga logaritmen av odds, modelleras en linjär relation (Hair et al., 2006, s. 356–360). Odds definieras som sannolikhetsförhållandet mellan de två händelserna:

$$\text{Odds} = \frac{p}{1-p} = \frac{\text{sannolikheten för lyckat}}{\text{sannolikheten för misslyckat}}$$

Den slutliga ekvationen för den logistiska regressionen lyder:

$$\text{Logit}_i = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_n x_n$$

(Hair et al., 2006, s. 359–360).

För att underlätta tolkningen av den logistiska regressionen, beräknas koefficienterna som exponentiella och avlogatirmiseras, vilket innebär att en koefficient med ett värde under 1 har ett negativt samband till responsvariabeln och en koefficient som överstiger 1 har ett

positivt samband (Hair et al., 2006, s. 368). Den exponentiella koefficienten, det vill säga oddskvoten, anger hur mycket oddset förändras när den förklarande variabeln ökar med ett skalsteg. Ett värde på 1 på oddskvoten innebär att förklaringsvariabeln inte har någon effekt på responsvariabeln (Hair et al., 2006, s. 364–365). Den avlogaritmiserade regressionsekvationen blir således:

$$\text{Odds}_i = \frac{p}{1-p} = e^{(b_0)+(b_1x_1)+\dots+(b_nx_n)}$$

(Hair et al., 2006, s. 360).

Vid regressionsanalysen är ett vanligt förekommande dilemma att avgöra vilka förklaringsvariabler som ska inkluderas och vilka som ska exkluderas i regressionsmodellen. Det finns två olika typer som brukar diskuteras, så kallade utelämnade variabler och irrelevanta variabler. En utelämnad variabel definieras som en viktig variabel som lämnats utanför regressionsmodellen. Följden av detta kan vara att det förväntade värdet av koefficienterna skjuts från deras sanna värden, med andra ord kan bias uppstå (Studenmund, 2014, s. 177–179). Motsatsen till en utelämnad variabel är en så kallad irrelevant variabel, vilken definieras som en variabel som inkluderas i regressionsmodellen trots att den eventuellt inte är relevant. Följden av detta är att koefficientens varians riskerar att öka (Studenmund, 2014, s. 186). För att besvara studiens delsyfte om att kartlägga vad som driver motivationerna, har studien valt att inkludera demografiska variabler som eventuellt kan vara irrelevanta variabler i regressionerna, istället för att riskera försumma variabler. Detta för att undvika den problematiken kring utelämnade variabler.

Korrelation & multikolinjäritet

För att mäta styrkan och riktningen av det linjära förhållandet mellan två kvantitativa variabler, kan man använda måttet korrelation (r). Värdet på korrelationen ligger alltid mellan -1 och 1. Ju närmare korrelationen kommer 1 eller -1, desto starkare är förhållandet (Moore et al., 2016, s. 75–77). En korrelation på -1 visar ett perfekt negativt förhållande och 1 visar ett perfekt positivt förhållande (Hair et al., 2006, s. 170). Korrelationen är negativ när det finns ett negativt linjärt samband mellan två variabler och vice versa när relationen är positiv (Moore et al., 2016, s. 76). Korrelation kan även användas för att bestämma vilka variabler som ska inkluderas i regressionsanalysen genom att kontrollera vilka förklaringsvariabler som korrelerar med responsvariabeln (Hair et al., 2006, s. 179). För att regressionsanalysen ska kunna genomföras förutsätts att det inte förekommer multikolinjäritet mellan de förklarande variablerna i regressionsekvationen, det vill säga att de inbördes korrelerar med varandra. Detta kan vara problematiskt då det delvis kan fördärva resultaten då estimeringen av koefficienterna av variablerna i modellen kan bli felaktiga. Ett sätt att spåra multikolinjäritet är att göra en korrelationsmatris (Djurfeldt, 2018, s. 364–366). För att förklaringsvariablernas korrelation inte ska vara ett problem återfinns gränsvärden som inte ska understiga -0,8 eller överskrida +0,8 (Gujarati, 2003, s. 359).

Extremvärden

Ett extremvärde, eller en outlier, är ett individuellt värde som avviker från det generella distributionsmönstret för de resterande observationerna (Moore et al., 2016, s. 94). Ett sista steg innan regressionsanalysen kan påbörjas är att inspektera och eventuellt ta bort felaktiga data och extremvärden (Studenmund, 2014, s. 78). Extremvärden påverkar medelvärdet av stickprovet (Saunders et al., 2016, s. 529), korrelationen samt konfidensintervallet (Moore et al., 2016, s. 78, 312). Det kan även influera estimeringen och inferensen av regressionen (Moore et al., 2016, s. 496, 685). Därför bör man se till att leta efter extremvärden och försöka förklara innebörden av dem (Moore et al., 2016, s. 21).

Det finns dock skilda åsikter kring om extremvärden ska inkluderas i regressionsanalysen eller inte. Djurfeldt et al. (2018, s. 60) menar att extremvärden kan exkluderas för att kunna räkna ett nytt, mer precist medelvärde. Både Studenmund (2014, s. 78) och Moore et al. (2016, s. 43–44) menar att man bör vara försiktig med hur man hanterar extremvärden. Bara för att det finns extremvärden betyder inte det att dem ska raderas från datamaterialet. En regression ska också syfta till att förklara ovanliga observationer (Studenmund, 2014, s. 78). Extremvärden kan även vara den allra viktigaste datan i distributionen. Det är enbart forskaren som kan avgöra om extremvärden bör tas bort från datan, inte något dataprogram (Moore et al., 2016, s. 38). Då man genomför regressionsanalyser bör man dock säkerställa att man antingen korrigerar eller berättigar ett exkluderande av extremvärden. Om extremvärden påverkar det linjära sambandet i regressionsmodellen kan de behöva exkluderas (Saunders et al., 2016, s. 548). För att upptäcka extremvärden kan man först standardisera variabeln för att sedan beräkna vilka observationer som har ett högt standardiserat värde. För större stickprov definieras extremvärden som värden på 4 eller högre (Hair et al., 2006, s. 75). Ett annat sätt att upptäcka extremvärden är enligt Aggarwal (2013, s. 8) med hjälp av ett z-test, där extremvärden kan likställas med ett z-värde som avviker med tre eller mer än tre standardavvikelser från medelvärdet. Dessa tumregler adapterades i vår studie.

Appliceringen av Hair et al. (2006, s. 75) samt Aggarwals (2013, s. 8) kriterium på denna studie resulterade i att totalt 18 stycken extremvärden återfanns i följande tre variabler: antal lån, antal personer i hushållet samt hur många kilometer man var bosatt från Fritidsbanken. Gällande variablerna antal lån och antal personer i hushållet gjorde vi bedömningen att dessa extremvärden skulle behållas i regressionsmodellen då vi ansåg att de var relevanta för vår studie. För variabeln som mätte distansen till Fritidsbanken, gjordes andra bedömningar. Då projektet Sharing City Umeå är en del av ett Umeå som ska växa, valde vi att exkludera extremvärden som översteg fyra standardavvikelser från medelvärdet eftersom de inte återspeglar integrationsaspekten. Både spridningsmått och resultaten från regressionerna förändrades dessutom när extremvärdena exkluderades, vilket ytterligare motiverar valet av att exkludera dessa observationer i regressionsmodellen. De extremvärden som då exkluderades var 8 observationer från personer bosatta mer än 90 kilometer från Fritidsbanken.

5. Resultat och analys

I följande del presenteras resultatet från de test som genomförts baserat på den insamlade enkätdata. Totalt registrerades 264 kompletta enkätsvar som kunde analyseras och inkluderas i resultatet. Detta genererade en svarsfrekvens på närmare 26 %. I den inledande delen av resultatet presenteras deskriptiv statistik som sedan följs upp av diverse statistiska sambandsanalyser för att testa hur relationen mellan studiens huvudvariabler ser ut.

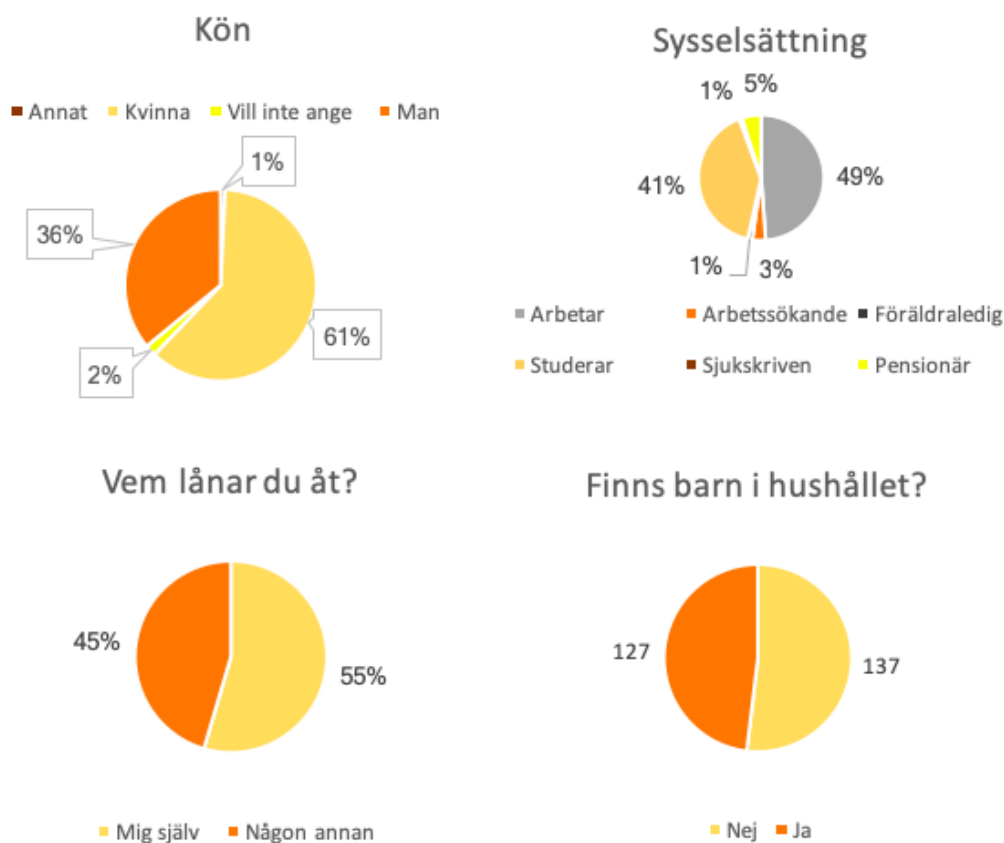
5.1 Deskriptiv statistik

I syfte att presentera en övergripande bild av informationen som samlats in genom enkätundersökningen, redovisas nedan studiens deskriptiva statistik. Den innehåller olika tabeller och figurer som redogör för hur fördelningen av de olika variablerna som testas ser ut. Avsnittet inleds med en kartläggning av bakgrundsfrågorna, därefter presenteras svar från svarfrågorna avseende motivationsfaktorerna. Till sist går vi igenom svaren på frågorna gällande utfallen och hur nöjda låntagarna var.

5.1.1 Demografiska variabler

Några resultat från den demografiska fördelningen av respondenterna som stack ut var bland annat att det var många fler kvinnor än män som hade svarat. Det var 162 kvinnor (61 %) och 95 (36 %) män som svarat medan ett fåtal respondenter identifierar sig som annat eller inte ville uppge sitt kön, se figur 9. Om detta beror på att fler kvinnor är villiga att svara på utskicket eller om det faktiskt är fler kvinnor som lånar utrustning från Fritidsbanken är svårt att dra några slutsatser om eftersom svarsfrekvensen var relativt låg. Drygt 70 % av de som fått utskicket av enkäten hade inte registrerat några svar, vilket medför svårigheter i generaliseringen. Dessutom stämmer inte denna fördelning överens med majoriteten av den tidigare forskningen inom delningsekonomi som belysts, därför kan man mest troligen inte dra några slutsatser om att kvinnor är mer benägna att svara. Bland annat Hamari et al. (2016, s. 2053), Tussyadiah (2016, s. 75) och Hawlitscheck et al. (2016, s. 4787) fann att det var fler män än kvinnor som svarat. Vårt resultat är dock någorlunda i enlighet med både Barnes och Mattson (2017, s. 285) samt Böcker och Meelen (2017, s. 32), vilka upplevde en högre andel kvinnliga respondenter bland sina respondenter, dock inte lika hög grad som i denna studie. Å andra sidan upplevde Ozanne och Ballantine (2010, s. 491) en väldigt hög procentuell svarsfrekvens från kvinnor, nämligen 96 %.

Initialt var vår uppfattning att majoriteten av de som lånat utrustning från Fritidsbanken var studenter, men från resultatet kunde vi se att det var fler respondenter som arbetade än studerade, se figur 9. Detta är uppseendeväckande med tanke på att Fritidsbanken är lokaliserad i ett studentträtt område, men likt könsfördelningen är det svårt att dra några konkreta slutsatser som följd av den låga svarsfrekvensen. Vidare var det enbart en marginell skillnad på om man lånade utrustning till sig själv eller till någon annan, se figur 9. Det kan vara ett resultat av att många av de som lånar har barn som de lånar till. Det var 127 respondenter som svarade att man hade barn i hushållet och ett fåtal fler svarade att man inte hade barn, dock är denna skillnad också marginell (se figur 8).



Figur 8. Fördelningen av kön, sysselsättning, vem man lånar åt samt av barn i hushållet bland respondenterna

Ytterligare resultat från den demografiska analysen återfinns nedan i tabell 4. Bland dessa deskriptiva variabler upptäcktes utstickande svar från personer som bodde väldigt långt från Fritidsbanken, vilket bidrog till att de olika spridningsmått medelvärde, standardavvikelse, minsta samt maximala värdena blev snedvridna. Exkluderandet av dessa utstickande observationer illustreras i tabellen genom värdena i parentes. De allra flesta användarna bodde inom 5 kilometer från Fritidsbanken. Dock var det ett fåtal som bodde så långt som 1000 km från Fritidsbanken, vilket drog upp medelvärdet rejält. Därför exkluderades de värden som översteg tre standardavvikelser fortsättningsvis i analysen.

Tabell 4. Fördelningen av några demografiska variabler

Värde	Ålder	Antal i hushållet	Avstånd (- outliers)	Antal lån
Medelvärde	35	3	29 (6)	2
Standardavvikelse	13,73	1,72	134,34 (11,06)	2,08
Min	15	1	1	1
Median	33	2	3 (3)	1
Max	79	13	1000	20

5.1.2 Motivationsfaktorer

Då resultatet av alla motivationsfaktorer studeras kan vi se att den faktorn som har det genomsnittligt högsta svaret i hela studien är den andra miljöfaktorn (milj2), det vill säga att man lånar utrustning från Fritidsbanken för att man anser att idén om delning är miljövänlig (bland annat för att produkten utnyttjas maximalt). Tomgångskapaciteten i en produkt som delas är ett av elementen som bör återfinnas i en delningsekonomi enligt både

Botsman och Rogers (2010, s. 75-76) samt Stephany (2015, s. 9-12). Så detta resultat visar på en överensstämmelse med dessa påståenden. Medelvärden i denna fråga uppmättes till 4,31, samtidigt som den mätte lägsta standardavvikelsen. Detta indikerar således att respondenterna hade mest likartade åsikter kring tomgångskapaciteten. Det sammanvägda medelvärdet för alla miljöfaktorer var även det högsta av alla de tre motivationsfaktorerna och uppmätte 3,76 (miljö). I och med att det sammanvägda medelvärdet för de miljömässiga frågorna är högre än 3, så kan man generellt säga att låntagarna anser att miljömässiga motiv är en bidragande faktor till att de lånar från Fritidsbanken. Detta baserar vi på att de flesta har valt nummer 4 eller 5 på skalan, vilket motsvarar en positiv inställning. Det motiv som vidare var minst relevant inom miljöfaktorerna var fråga nummer 4 (milj4), att man lånar utrustning från Fritidsbanken för att jag är villig att ta icke-bekväma val som är mer miljövänliga (exempelvis att man hellre tar sig fram och tillbaka till Fritidsbanken för att låna/återlämna utrustning än att äga egen utrustning och därav alltid ha den tillgänglig). Medelvärdet för denna fråga mättes till 2,23.

Den faktorn som var mest instämmande för respondenterna bland de ekonomiska motivationsfaktorerna var den sista frågan (eko5), nämligen att man lånar utrustning från Fritidsbanken för att det inte känns värt att investera i egen utrustning (bland annat för att utrustningen slits fort, används sällan eller för att mitt barn växer ur utrustningen fort). Här mättes medelvärdet till 3,74. Värt att notera är dock att skillnaden till fråga 1 (eko1) och 4 (eko4) var väldigt liten, dessa frågor mätte ett medelvärde på 3,72 respektive 3,70. Den motivationsfaktorn som mätte det lägsta medelvärdet var den tredje frågan (eko3), avseende att man lånar utrustning från Fritidsbanken man inte skulle haft råd att köpa motsvarande utrustning i butik. Medelvärdet för denna fråga mättes till 2,79. Det var även denna fråga som nådde den högsta standardavvikelsen, vilket innebär att spridningen på svarsskalan var bred. Man kan därmed påstå att respondenterna rent generellt var mest oense kring denna fråga. Det totala medelvärdet för alla ekonomiska motiv blev 3,42 (ekonomisk). Det kan tolkas som att låntagarna rent generellt är instämmande till att ekonomiska motiv är en bidragande faktor att man deltar i Fritidsbanken. Det baserar vi på att medelvärdet är högre än 3.

De sociala faktorerna var de som motiverade minst av alla de tre motivationsfaktorerna, varvid det totala medelvärdet för alla sociala motivfrågor blev 2,91 (social). Det innebär att låntagarna rent generellt var mindre instämmande till påståendena av en social karaktär. Här var det tre stycken frågor som hamnade under tre-poängs gränsen och kan därmed tolkas som att respondenten anser att dessa motiv inte stämmer överens med motivet av lånet från Fritidsbanken. Den allra minst motiverande frågan i hela studien var fråga nummer 4 (soc4), som uppnådde ett medelvärde på 2,23 och handlade om att man lånar utrustning från Fritidsbanken för att utvidga sin sociala erfarenhet (då man exempelvis får känna sig delaktig i en utlåningsprocess). De två kvarstående frågorna fick dock båda ett medelvärde som hamnade över tre poäng, varvid fråga 2 (soc2) fick det högsta medelvärdet av alla sociala motivationsfaktorer på 3,84. Den sociala faktorn som respondenterna var mest motiverade av var således att låna utrustning från Fritidsbanken för att prova olika typer av sporter (bland annat för att Fritidsbanken erbjuder ett brett sortiment av produkter). Resultaten över alla spridningsmått avseende motivationsfrågorna återfinns i tabell 5 nedan.

Tabell 5. Medelvärde och standardavvikelse för alla motivationsfaktorerna

Enkätfråga (variabel)	Medelvärde	Standardavvikelse
Spara pengar (eko1)	3,72	1,32
Gynnar mig ekonomiskt (eko2)	3,10	1,45
Inte haft råd att köpa motsvarande (eko3)	2,79	1,58
Undvika egna inköp (eko4)	3,70	1,37
Inte värt att investera i egen (eko5)	<u>3,74</u>	<u>1,42</u>
Sammanslagning av alla frågor (ekonomisk)	3,42	0,90
Saker jag använder ska inte skada miljön (milj1)	3,74	1,28
Delning är miljömässigt vänligt (milj2)	4,31	1,04
Köpbeteendet påverkas av miljöoro (milj3)	3,38	1,33
Ta icke-bekväma miljövänliga val (milj4)	3,36	1,40
Främja minskad konsumtion (milj5)	<u>4,03</u>	<u>1,20</u>
Sammanslagning av alla frågor (miljö)	3,76	1,06
Möjlighet att motionera (soc1)	3,45	1,38
Prova olika sporter (soc2)	3,84	1,29
Känna social tillhörighet (soc3)	2,38	1,38
Utvidga min sociala tillhörighet (soc4)	2,23	1,37
Ger mig socialt inflytande (soc5)	<u>2,58</u>	<u>1,43</u>
Sammanslagning av alla frågor (social)	2,91	1,02

5.1.3 Utfallsfrågor

Vid summeringen av utfallsfrågorna kunde vi se att de allra flesta hade svarat att de hade blivit mer miljömedvetna. Det var totalt 104 respondenter som hade valt detta alternativ. Därefter hade 100 svarat att de blivit mer fysiskt aktiva och 24 svarade att de hade köpt utrustningen. 68 svarade att inget alternativ stämmer. I denna fråga fick även respondenterna ange ett eget alternativ på vad lånet har bidragit till, något som 39 respondenter gjorde. De angivna alternativen kategoriseras sedan i fem olika grupper som vi ansåg representerade de flesta svaren. Några av respondenterna hade enbart klickat i annat alternativ utan att specificera detta ytterligare och några av respondenternas egna svar var snarlika den sociala utfallsfrågan, därför kategoriseras tre stycken sådana frågor om till ett socialt utfall istället. En summering av utfallsfrågorna och hur de har kodats inför den logistiska regressionsanalysen ses nedan i tabell 6. Därtill ställdes en mer spekulativ utfallsfråga (fråga 14) samt en spekulativ fråga om ett alternativt tillvägagångssätt om lånemöjligheten inte fanns (fråga 15) som inte kommer att behandlas vidare i uppsatsen utan som enbart ställdes för projektets räkning.

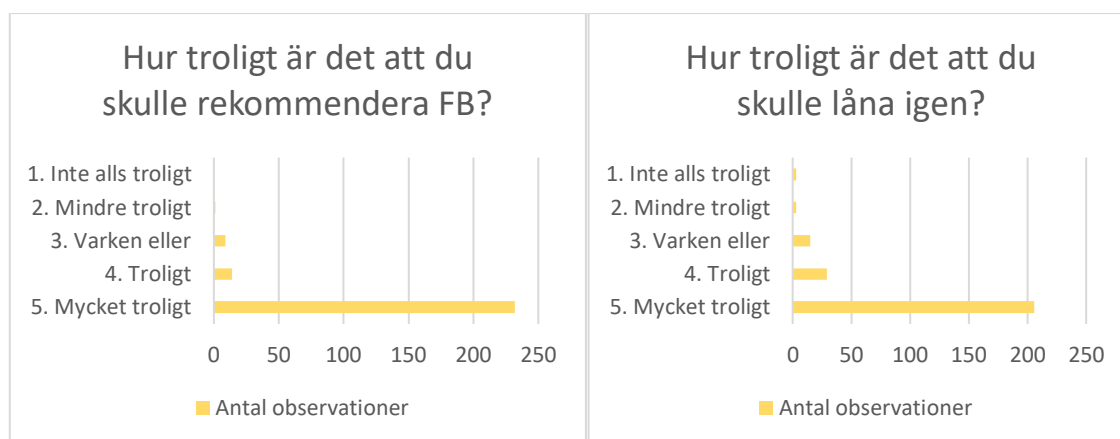
Tabell 6. Svartsfördelning och kodning av utfallsfrågorna

Enkätfråga	Definition	Antal svar (%)	Kodning
Respondenten har köpt liknande utrustning	Ekonomiskt utfall	24 (7 %)	1 = ja 0 = nej
Respondenten har blivit mer fysisk aktiv	Socialt utfall	100 (30 %)	1 = ja 0 = nej
Respondenten har blivit mer miljömedveten	Miljömässigt utfall	104 (31 %)	1 = ja 0 = nej
Respondenten har angivit att inget alternativ stämmer	Inget utfall	68 (20 %)	1 = ja 0 = nej
Respondenten har angivit ett annat alternativ	Annat utfall	39 (12 %)	Ingen

Det som karakteriserade kategori 1 var att respondenterna hade svarat att man inte hade behövt köpa utrustningen för att kunna utöva sporten eller aktiviteten och därigenom sparat pengar. De respondenter som delades in i kategori 2 pekade på att man hade fått möjlighet att prova på olika sporter eller aktiviteter som man annars inte hade kunnat göra. Därigenom hade man bland annat fått ett intresse för sporten eller känt att man kunnat utmana sig. Några svar inom denna kategori redogjorde för att man fått möjlighet att prova sporten utan att ekonomin sätter stopp, men vi valde ändå att kategorisera dessa svar i kategori 2. Till skillnad från kategori 2 så hamnade alla svar som enbart återspeglade en engångsaktivitet i kategori 3. Det vill säga att man specifikt skrivit att man kunnat motionera vid ett tillfälle eller prova en aktivitet. Kategori 4 är en ganska bred kategori. Här återfinns svar som handlar om att man lånar åt andra, framförallt åt folk som är på besök i Umeå. Lånet från Fritidsbanken innebar därför att gästerna slapp släpa med sig utrustning hemifrån, något som bidragit till bekvämligheten. Den sista kategorin behandlar alla utfall där svaret varit att man kommer att låna från Fritidsbanken igen.

5.1.4 Nöjdhet

Prövningen av hur nöjda Fritidsbankens låntagare är avspeglas i två frågor angående hur troligt det är att man skulle rekommendera Fritidsbanken till sin omgivning samt hur troligt det är att man kommer låna utrustning från Fritidsbanken igen. Vid en första anblick kunde vi se relativt snabbt se att respondenterna överlag var väldigt nöjda med Fritidsbanken. De allra flesta hade valt ett högre nummer än tre på skalan. Det var enbart tio stycken (3,8 %) som svarade en etta eller två på frågan om rekommendation respektive sex stycken (2,3 %) som svarat detsamma på frågan om man kommer låna igen. Överlag kan man säga att 94 % var nöjda med Fritidsbanken. Detta liknar undersökningen gjord av Nakamura och Abe (2014, s. 344) som fann att över 80 % av användarna av den icke-kommersiella delningstjänsten Freeride var nöjda. För mer specifika detaljer se figur 9, som illustrerar svaren från de två skalfrågorna.



Figur 9. Fördelningen av antal svar på de båda nöjdhetsfrågorna

5.2 Hypotestest

De olika sambandsanalyser som studien använder sig av har anpassats efter vilka hypoteser som ska testas och beskrivs därför nedan enligt hypotesutformningen. Sambandsanalyserna består av korrelations- och regressionsanalyser, dels multipla linjära regressioner och dels multipla logistiska regressioner. För att testa hypoteserna H1a, H1b, H1c samt H3a, H3b, H3c gjordes multipla linjära regressionen mellan motivationsfaktorerna och responsvariabeln antal lån respektive nöjdhet. För att testa hypoteserna H2a, H2b och H2c gjordes logistiska regressioner mellan motivationsfaktorerna och respektive utfall, där

utfallen utgjorde responsvariabeln. Signifikansen av sambanden kommer att kontrolleras på de tre olika signifikansnivåerna 10 %, 5 % samt 1 %. Resultaten från regressionsanalysen presenteras förutsatt att alla övriga variabler i regressionsmodellen hålls konstanta.

5.2.1 Motivationer för deltagandet

Antal gånger man lånat utrustning från Fritidsbanken hade positiva signifikanta resultat mot både de ekonomiska och de sociala motivationsfaktorerna (på 5 % respektive 10 %), dock inte mot de miljömässiga motivationsfaktorerna (se tabell 7 nedan). Det visar således att det är sannolikt att låntagare som är mer motiverade av ekonomiska och sociala motiv tenderar att låna utrustning fler gånger än de som motiveras av miljömässiga skäl. Vi kan följaktligen säkerställa att det finns ett positivt samband mellan antal gånger man lånat och de ekonomiska och de sociala motivationsfaktorerna.

Tabell 7. Regressionsanalys av motivationsfaktorerna

Antal	Koefficient	(p-värde)
Ekonomiska motivationer	0.3448**	(0.027)
Miljömässiga motivationer	0.0827	(0.543)
Sociala motivationer	0.2230*	(0.098)
B ₀	0.0911	(0.884)
Justerad R ²	0.0385	
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01		

Regressionsanalys av demografiska variabler

Då det även var av intresse att kartlägga vilka demografiska faktorer som kunde förklara motivationerna, gjordes regressioner för respektive motivationsfaktor mot samtliga demografiska variabler (se appendix 3). För att undvika problem med utelämnade variabler inkluderades samtliga demografiska variabler. Dock kan detta innebära att irrelevanta variabler inkluderas i regressionerna, men detta var något vi ansåg oftast var mindre problematiskt än att utesluta utelämnade variabler. Övervägandet av att inkludera alla variabler tog även stöd av en multikolinjäritetskontroll (se appendix 4). Detta för att säkerställa att de demografiska variablerna i regressionen inte inbördes korrelerade för mycket med varandra. Den högsta korrelationen uppmättes mellan variablerna barn och hushåll (-0,6360) vilket inte kan uppfattas som en hög korrelation då gränsvärdena ligger mellan -0,8 och +0,8 (Gujarati, 2003, s. 359). Detta borde således inte innebära någon problematik i studiens regressionsanalys.

För de ekonomiska motiven uppnåddes inga signifikanta resultat sett till vem låntagaren är. I regressionen för de miljömässiga motiven fann vi däremot ett signifikant samband. Om man jämför variabeln sysselsättning var resultatet för de som var föräldralediga negativt signifikant (på 1 %), i förhållande till arbetare. Det innebär att man sannolikt är mindre miljömässigt motiverad om man är föräldraledig än då man arbetar. Då de sociala motiven testades var det fler demografiska variabler som visade ett signifikant samband. Likt för de miljömässiga motiven, var föräldraledighet negativt signifikanta för de sociala motiven (på 10 %). Vidare kan vi även säkerställa att låntagarna utan barn samt dem som lånade till andra var sannolikt mindre socialt motiverade i förhållande till dem som hade barn och lånade till sig själv, detta då resultatet var negativt signifikant (på 5 % respektive 1 %). Bodde man inom ett avstånd på 1 km från Fritidsbanken visar resultatet att man sannolikt är mer socialt motiverad jämfört med om man bodde 1 till 5 km därifrån (på 5 %).

5.2.2 Utfall av deltagandet

För det ekonomiska utfallet återfanns inget signifikant samband till ekonomiska motivationer (se tabell 8). Hypotesen H2a kan därmed bekräftas. Vi kunde däremot säkerställa ett negativt signifikant samband mellan det ekonomiska utfallet och det miljömässiga motivet (på 1 %). Det innebär att ju mer miljömässigt motiverad låntagaren är, desto mindre är benägenheten att låntagaren köpt utrustningen efter lånet. De sociala motivationsfaktorerna visade inga signifikanta samband mot de ekonomiska utfallen.

Tabell 8. Regressionsanalys av ekonomiska utfall

Ekonomiska utfall	Odds Ratio	Z-värde	(p-värde)
Ekonomiska motivationer	0.8492	-0.63	(0.529)
Miljömässiga motivationer	0.4816	-3.11***	(0.002)
Sociala motivationer	1.2879	0.99	(0.322)
B ₀	1.0546	0.06	(0.954)
Justerad R ²	0.0868		
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01			

Gällande de miljömässiga utfallen visade det sig att samtliga motivationsfaktorer var signifikanta mot det miljömässiga utfallet (se tabell 9). Resultatet säkerställer en positiv signifikans mellan de miljömässiga motiven och utfallet (på 1 %). Det innebär med andra ord att benägenheten att låntagarna blivit mer miljömedvetna efter att dem lånat utrustning från Fritidsbanken, ökar ju mer miljömässigt motiverad man är. Vi kan därmed bekräfta hypotesen H2b. Resultatet visar även på ju mer motiverad låntagare är av sociala faktorer, desto högre är benägenheten att man blivit mer miljömedvetna efter lånet från Fritidsbanken (på 1 %). Låntagare som motiveras av ekonomiska faktorer hade däremot ett negativt signifikant samband mot miljömässiga utfall (på 1 %). Det innebär att ju mer ekonomiskt motiverad låntagaren är, desto mindre är benägenheten att låntagaren blivit mer miljömedveten efter att man lånat utrustning från Fritidsbanken.

Tabell 9. Regressionsanalys av miljömässiga utfall

Miljömässiga utfall	Odds Ratio	Z-värde	(p-värde)
Ekonomiska motivationer	0.6046	-2.78***	(0.005)
Miljömässiga motivationer	2.8073	5.59***	(0.000)
Sociala motivationer	1.6035	3.14***	(0.002)
B ₀	0.0160	-4.96***	(0.000)
Justerad R ²	0.1739		
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01			

För det sociala utfallet visade resultatet att det fanns ett positivt signifikant samband till de sociala motivationsfaktorerna (på 1 %). Vi kan därmed bekräfta hypotesen H2c. De som motiveras mer av sociala motivationsfaktorer är med andra ord mer benägna att få ett aktivare liv efter de lånat utrustning från Fritidsbanken. De ekonomiska motivationsfaktorerna visade likaledes på ett positivt signifikant samband mot det sociala utfallet (på 5 %). Låntagarna som motiveras mer av ekonomiska motiv är därför mer benägna att få ett mer fysisk aktivt liv efter att de lånat utrustning från Fritidsbanken. De

miljömässiga motivationsfaktorerna visade inga signifikanta samband mot de sociala utfallen (se tabell 10).

Tabell 10. Regressionsanalys av sociala utfall

Sociala utfall	Odds Ratio	Z-värde	(p-värde)
Ekonomiska motivationer	1.4276	2.00**	(0.046)
Miljömässiga motivationer	0.9037	-0.66	(0.511)
Sociala motivationer	2.2879	5.22***	(0.000)
B ₀	0.0223	-4.94***	(0.000)
Justerad R ²	0.1244		
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01			

5.2.3 Nöjdhet från deltagandet

Som nämnt tidigare användes två olika mått för att mäta hur nöjda låntagarna varit med sin upplevelse från Fritidsbanken. Detta avspeglas i frågorna angående hur troligt det är att man skulle rekommendera Fritidsbanken till sin omgivning samt hur troligt det är att man kommer låna utrustning från Fritidsbanken igen. För de ekonomiska och de sociala motivationsfaktorerna påvisades inga signifikanta samband till hur nöjda låntagarna är (se tabell 11). Hypoteserna H3a och H3c kan med andra ord inte bekräftas. Gällande de miljömässiga motivationsfaktorerna uppnåddes ett positivt signifikant samband mot låntagarnas nöjdhet (på 10 %). Detta innebär att ju mer miljömässigt motiverade låntagarna är, desto nöjdare är låntagarna sannolikt med sina lån från Fritidsbanken. Vi kan därmed bekräfta hypotesen H3b att det finns ett samband mellan miljömässiga motiv och hur nöjda låntagarna är.

Tabell 11. Regressionsanalys av nöjdhet

Nöjdhet	Koefficient	(p-värde)
Ekonomiska motivationer	0.0024	(0.948)
Miljömässiga motivationer	0.0576*	(0.078)
Sociala motivationer	0.0044	(0.893)
B ₀	4.5529***	(0.000)
Justerad R ²	0.0044	
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01		

Överlag har resultaten som studien genererat varit varierande, insiktsfulla och intressanta. Nedan, i tabell 12, illustreras en summering över de hypoteser som studien testade samt vilka som kunde bekräftas respektive inte bekräftas. Regressionsmodellerna visade sammanfattningsvis emellertid upp låga justerade förklaringsgrader, med 0,4 % som lägst och 17,4 % som högst. Detta kan innebära att studien inte fångat in alla de variabler som krävs för att förklara de testade responsvariablerna. Som nämnt tidigare var vi medvetna om att detta problem kunde uppkomma som en följd av kategoriseringen av variablerna. Studien behövde begränsa antalet variabler som testas för att underlätta analysen.

Tabell 12. Summering av resultatet av studiens hypotestest

Faktor	Variabel	Hypoteser	Bekräftas
Motivation	Ekonomiska	H1a: Samband mellan ekonomiska motiv och deltagandet.	Ja
	Miljö	H1b: Samband mellan miljömässiga motiv och deltagandet.	Nej
	Sociala	H1c: Samband mellan sociala motiv och deltagandet.	Ja
Utfall	Ekonomiska	H2a: Inget samband mellan ekonomiska motiv och ekonomiska utfall.	Ja
	Miljö	H2b: Samband mellan miljömässiga motiv och miljömässiga utfall.	Ja
	Sociala	H2c: Samband mellan sociala motiv och sociala utfall.	Ja
Nöjdhet	Ekonomiska	H3a: Samband mellan den yttre motivationsfaktorn, driven av en extern bestämmelse (ekonomiska motiv) och nöjdhet. H3b: Samband mellan den inre motivationsfaktorn (miljömässiga motiv) och nöjdhet. H3c: Samband mellan den yttre motivationsfaktorn, driven av en integrerad bestämmelse (sociala motiv) och nöjdhet.	Nej
	Miljö		Ja
	Sociala		Nej

6. Diskussion

Resultaten som kunde härledas från regressionsanalyserna i föregående kapitel kommer i detta avsnitt analyseras och tolkas i förhållande till den tidigare forskningen om delningsekonomi och den teoretiska referensramen. I diskussionen utvärderas även relevansen av denna studies resultat och vad som kan ha påverkat detta. Resultaten diskuteras utefter studiens tre kategoriserade huvudvariabler som avser motiv och presenteras i följande ordning: ekonomiska; miljömässiga och sociala faktorer.

6.1 Utvärdering av låntagarens upplevelser

Med basis i den teoretiska referensramen och tidigare forskning om delningsekonomi har studien utvärderat olika motivationsfaktorer bakom deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomi Fritidsbanken i Umeå. Initialt kunde vi bland annat se genom undersökningen av PWC att det fanns en stor tillväxtpotential inom delningsmarknaden. Många uppfattade fördelar med delningsekonomi och kunde se sig själva som användare av delningstjänster i framtiden (Pricewaterhousecooper, 2015). Från litteraturgenomgången upptäckte vi även att det nyligen forskats en del om delningsekonomier, däribland fanns det främst forskning om motivationsfaktorer bakom ett deltagande i en delningsekonomi. Detta föranledde oss till att basera vår studie på just motivationsfaktorer.

Motiven som testas i denna studie avser att kunna förklara två olika samband, dels vilka utfall som lånet från Fritidsbanken genererat och dels hur nöjda låntagarna var. För att kunna förklara låntagarnas upplevelser av sport- och fritidsutrustningslånet från Fritidsbanken har teorierna "Theory of planned behaviour" (TPB) och "Self-determination theory" (SDT) används, tillsammans med ett avstamp i fenomenet delningsekonomi. Enligt TPB förklaras beteendet av en intention, som i sin tur drivs av attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll (Ajzen, 1991). Dessa intentioner har i vår studie fångats upp av de ekonomiska, miljömässiga och sociala faktorerna. Motivationsteori SDT (Ryan & Deci, 2000a) används i studien för att testa om det finns några skillnader mellan de inre och yttre motivationerna som driver nöjdheten bland Fritidsbankens låntagare. Dessa teorier är vidare anpassade för den typ av verksamhet som Fritidsbanken bedriver, nämligen en delningsekonomi.

6.1.1 Ekonomiska motivationsfaktorer

Vår studie visade att de ekonomiska motivationsfaktorerna överlag kan associeras med en instämmande uppfattning bland Fritidsbankens låntagare, i och med att medelvärdet för alla motiv sammantaget var över tre. Dessutom återfanns ett positivt signifikant samband mellan deltagandet, som operationaliseras med variabeln antal, och den ekonomiska motivationsvariabeln ($p = 0,0027$). Detta visar att låntagare som är motiverade av ekonomiska faktorer har ett högre deltagande. Studien kunde därtill inte förklara något samband mellan de demografiska variablerna som testades och de ekonomiska motiven. Det kan vara en konsekvens av att vi bland annat inte ställde några frågor om inkomst.

Fortsättningsvis kunde de ekonomiska motiven förklara både ett socialt utfall och ett miljömässigt utfall, men inte det ekonomiska utfallet ($p = 0,529$). Sambandet mellan de ekonomiska motiven och de miljömässiga utfallet var dock negativt, vilket innebär att ju mer motiverad man är av ekonomiska skäl, desto mindre benägen är man att bli mer miljömedveten. Slutligen kunde vi inte urskilja något samband mellan de som var ekonomiskt motiverade till hur nöjd man är med Fritidsbanken överlag ($p = 0,948$).

Det är ett flertal forskare som uppnått liknande resultat som vår studie avseende ekonomiska motiv. Barnes och Mattson's studie (2017, s. 288) visade bland annat att det var främst ekonomiska, sociala och miljömässiga faktorer som drev konsumenters intentioner att hyra samt rekommendera bildelningstjänsten MinBilDinBil, genom den medlande variabeln upplevd nytta. Detta resultat stämmer delvis med vårt resultat i och med att vi såg att ekonomiska faktorer motiverade Fritidsbankens låntagare och miljömässiga faktorer förklarade i sin tur hur nöjd man är. Däremot testade vi ingen medlande variabel och därför finns det en risk att deras resultat inte helt kan jämföras med vårt.

Bellotti et al. (2015, s. 1092) fann även dem signifikanta resultat mellan deltagandet i olika kommersiella och icke-kommersiella delningsekonomier och kostnadsfördelarna som deltagandet medförde. Då den ekonomiska motivationsfaktorn visade signifikanta resultat till deltagandet, placeras detta resultat i enlighet med vår studie. Ytterligare författare som har konkluderat att ekonomiska kostnadsfördelar, såsom att spara pengar, var en av de främsta drivande faktorerna till deltagandet, var Matzner et al. (2015, s. 8) samt Decrop et al. (2018, s. 67–68). Matzner et al. (2015) studerade en IT-baserad delningsekonomi och Decrop et al. (2018) studerade den icke-kommersiella delningsekonomin Couchsurfing.

I studien av Hamari et al. (2016, s. 2054–2055) var den ekonomiska vinningen som deltagandet innebar en av de signifikanta motivationerna. Författarna kunde fortsättningsvis konkludera att de yttre motivationerna (ekonomiska och rykte) hade en mer bestämmande betydelse för intentionerna till att delta i en delningsekonomi än vad de inre motivationerna (miljönytta och nöje) hade. Detta resultat är också i linje med vår studie då vi inte uppnådde signifikanta resultat för miljömässiga motiv och deltagandet. Även undersökningen av Gullstrand Edbring et al. (2015, s. 10–12) visade att ett av de största motiven till att delta i en delningsekonomi var ekonomiska faktorer. Deras undersökning gick ut på att undersöka attityder, motivationer och barriärer bland IKEA's kunder. Eftersom de undersökte potentiella deltagare, och inte aktiva deltagare, finns det mest troligen ett kunskapsgap mellan deras resultat och vårt, vilket gör att detta resultat inte är helt jämförbara med vår studie.

I en undersökning gjord av Ozanne och Ballantine (2010, s. 493), som studerade motivationsfaktorer förankrade i anti-konsumtionsskäl, identifierades bland annat nio olika attityder och uppfattningar som driver motivationen i ett leksaksbibliotek. Bland annat visade det sig att sparsamhet var en motivationsfaktor, vilket även är i linje med vår studie. Ett motsägande resultat var å andra sidan att variabeln materialism visade ett signifikant resultat i Ozanne och Ballantine's (2015, s. 493) studie. Denna aspekt täcks förslagsvis in i den fjärde frågan för den ekonomiska motivationsfaktorn i vår studie, då den frågar om man motiveras av att undvika egna inköp. Eftersom vi återfann signifikanta resultat för den sammanslagna ekonomiska motivationsfaktorn, innebär det sannolikt att Fritidsbankens låntagare inte är materialister.

Av de motivationsfaktorer som Hawlitchek et al. (2016, s. 4789) fann signifikanta för deltagandet i tre olika P2P delningstjänster, återfanns bland annat den ekonomiska faktorn sparsamhet. Detta resultat är också i linje med vårt resultat. Dock bör man notera att man i studien av Hawlitchek et al. (2016) undersökte både potentiella samt aktiva användare och delare, vilket skiljer sig från vår undersökningsgrupp, i och med att vi enbart undersöker aktiva delare. Därför kan denna jämförelse inte helt likställas med vårt resultat, då vi inte vet hur icke-låntagare från Fritidsbanken skulle ha svarat. Andra forskare som jämförde både delare och användare var Böcker och Meelen (2017, 36–37). De undersökte signifikansen av ekonomiska, sociala och miljömässiga motivationer bland respondenter som var villiga att delta i en delningsekonomi. Dem kunde vidare påvisa att användare av

delningstjänster var mer motiverade av ekonomiska faktorer än delare. Vårt resultat visade också på att ekonomiska motiv var en stark bidragande faktor till deltagandet. Återigen finns mest troligen en kunskapslucka mellan deras respondenter (potentiella deltagare) och våra respondenter.

Slutligen fann Möhlmann (2015, s. 200–201) att en av de variablerna som hade en påverkan på hur nöjd man är var ekonomiska, närmare bestämt att man sparar pengar. Detta stämmer inte överens med resultatet av vår studie. Det enda motiv som vi fann signifikant mot nöjdheten var miljömässiga motiv. I enlighet med Möhlmann's (2015) resultat, visade ett av resultaten från Tussyadiah's (2016, s. 78–79) undersökning att det fanns signifikanta positiva effekter mellan ekonomiska fördelar till både hur nöjd man är och om man avser att återvända till ett P2P boende.

6.1.2 Miljömässiga motivationsfaktorer

Resultatet från vår studie visade å ena sidan att de miljömässiga motivationsfaktorerna hade en positiv association till deltagandet i Fritidsbanken, det vill säga att låntagarna överlag instämmer med påståendena som framförs i enkäten. Å andra sidan återfanns inga signifikanta samband mellan deltagandet och de miljömässiga motivationsfaktorerna i regressionsanalysen ($p = 0,543$). Dessa olikartade resultat skulle kunna hänföras till att de miljömässiga frågorna påverkats av någon form av svarsbias. Från den deskriptiva analysen kunde vi se att medelvärdet för de miljömässiga motivationsfaktorerna var högt samtidigt som att variansen var låg till följd av en låg standardavvikelse. Det kan med andra ord indikera att respondenterna har haft en eftergivenhet och svarat mer instämmande än invändande. Den låga variansen kan också vara ett resultat av att respondenten fastnat i ett svarsmönster och givit likasinnade svar överlag.

Resultatet kan även förklaras av att respondenterna påverkats av sociala normer och svarat vad man tror motsvarar ett "rätt svar". I detta fall kan det innebära att man vill framställa sig själv eller upplever sig själv som mer miljömedveten än vad man egentligen är för att motsvarar det sociala normen i samhället. Men i och att dessa resultat baseras på helt olika analyser, den ena är av deskriptiv karaktär och den andra är av utforskande karaktär, behöver inte detta vara fallet. Genom operationaliseringen av antal lån som ett deltagande, är det som testas i regressionen ett ökat deltagande, vilket skiljer sig från det som den deskriptiva analysen visar. I regressionen samvarierar även de olika förklaringsvariablerna med varandra, vilket i sig kan förklara resultatet.

De miljömässiga motiven kunde i sin tur förklaras av vilken sysselsättning låntagarna hade. Låntagare som var föräldradediga var mindre miljömässigt motiverade än de som arbetar. Försättningsvis visade resultatet att ju mer miljömässigt motiverad låntagarna är, desto högre är benägenheten att man blivit mer miljömedvetna efter lånet från Fritidsbanken i och med att vi fann positiva signifikanta samband mellan miljömässiga motiv och utfall ($p = 0,000$). De miljömässiga motivationsfaktorerna kunde även förklara det ekonomiska utfallet. Sambandet mellan dessa var dock negativt, vilket innebär att ju mer miljömässigt motiverade låntagarna är, desto mindre benägna är dem att köpa utrustning efter att dem lånat från Fritidsbanken. De miljömässiga motivationsfaktorerna var slutligen den enda som kunde påvisa ett samband till hur nöjda låntagarna är ($p = 0,078$).

Likt vår studie fann Hamari et al. (2016, s. 2054) att miljömässiga faktorer inte motiverade till deltagandet, såvida det inte fanns en association till en positiv attityd angående delningsekonomin. Den positiva attityden drevs i sin tur av ett nöje eller en positiv uppfattning om aktiviteten att delta i en delningsekonomi. I vår studie har vi inte testat någon attitydsaspekt bland låntagarna och det blir därmed svårt att uttala sig kring detta resultat.

Ett flertal andra forskare kunde å andra sidan visa att miljömässiga motiv spelar en signifikant roll för deltagandet. Ozanne och Ballantine (2010, s. 494) kunde bland annat visa att det fanns ett samband mellan anti-konsumtionsmotiv och deltagandet. En fråga i vår enkät var att man lånar för att främja ett nytt system där vi konsumerar mindre. Därmed kan denna fråga förankras i det sammanslagna miljömässiga motivet och Ozanne & Ballantine's resultat är således inte jämförbart med vårt. Andra forskare som fann signifikanta resultat mellan miljömässiga faktorer och intentioner var Barnes och Mattson (2017, s. 288) samt (Böcker & Meelen, 2017, s. 36–37). Botsman och Rogers (2010, s. 73) har dock tidigare påstått att de tillkommande hållbarhetsaspekterna oftast enbart är en oavsiktlig konsekvens av ett deltagande i delningsekonomin, vilket även kan stämma in på vårt resultat. Tussyadiah (2016, s. 78–79) fann slutligen, i kontrast till vår studie, ett negativt samband mellan miljömässiga motiv och nöjdhet till deltagandet i en delningsekonomi. I vår studie kunde vi å andra sidan se ett positivt samband mellan miljömässiga motivationsfaktorer och hur nöjd man är, vilket delvis är i enlighet med Barnes och Mattson's studie (2017, s. 288).

6.1.3 Sociala motivationsfaktorer

De sociala motivationsfaktorerna var det enda motiv som visade ett sammantaget medelvärde precis under tre, vilket tyder på att låntagarna i genomsnitt har svarat neutralt på de påståenden som låg till grund för sitt deltagande. Däremot fann vi ett positivt signifikant samband mellan antal lån och de sociala motivationsfaktorerna ($p = 0,098$), vilket visar att ju mer socialt motiverad låntagaren är, desto högre är sannolikheten att de lånar utrustning fler gånger från Fritidsbanken. Som nämnt tidigare, så är dessa båda resultat av olika analytisk karaktär och kan därmed inte helt och hållet jämföras med varandra. En möjlig förklaring till varför respondenterna har angett ett relativt neutralt värde på svarsskalan kan vara att respondenterna inte förstått innebörden i frågan och invänt mot de sociala motiven trots att de stämmer med verkligheten. Detta identifierade kunskapsgap kan bero på att delningsekonomi är ett relativt nytt fenomen som respondenterna inte riktigt hunnit bildat sig en uppfattning om.

Det var fortsättningsvis flera demografiska variabler som kunde förklara de sociala motiven: distans till Fritidsbanken; vem man lånade till; om man hade barn och vilken sysselsättning man har. Vidare fann vi ett positivt samband mellan sociala motivationsfaktorer och både sociala ($p = 0,000$) och miljömässiga utfall. Det innebär därmed att ju mer socialt motiverade låntagarna är, desto mer benägna är dem till att bli mer fysiskt aktiva samt mer miljömedvetna. Vi kunde inte urskilja några samband mellan de socialt motiverade låntagarna och hur nöjd man är med Fritidsbanken ($p = 0,893$).

De flesta resultat från den tidigare forskningen har konkluderat att sociala faktorer har en påverkan på intentionen, vilket stämmer överens med vårt resultat. Sociala faktorer, såsom känslan av att tillhöra, socialt inflytande och social erfarenhet återfann Matzner et al. (2015, s. 8) som signifikanta resultat till deltagandet i en IT-baserad delningstjänst. Även Bellotti et al. (2015, s. 1090) fann att sociala element, såsom socialt inflytande, social tillhörighet och den inneboende motivationen, var viktiga faktorer bakom deltagandet. Den inneboende motivationen likställs i vår studie bland annat med ett idrottsintresse och kan, tillsammans med de sammantagna sociala motiven, i enlighet med Bellotti et al. (2015) förklaras som en drivande motivationsfaktor till deltagandet i Fritidsbanken.

Enligt Barnes och Mattsson (2017, s. 288) hade sociala faktorer, såsom social tillhörighet och sociala förmåner en påverkan på intentionen att delta i bildelningstjänsten MinBilDinBil. Däremot visade samma studie att socialt inflytande inte drev konsumenternas intentioner. Detta resultat är därmed delvis förenat med vårt resultat, undantaget från det sociala inflytandet som är inräknat som en social faktor i vår studie.

Även Ozanne och Ballantine (2010, s. 493) påvisade tillsammans med Decrop et al. (2018, s. 67–68) samt McArthur (2015, s. 243–245) att en känsla av tillhörighet var en viktig motivationsfaktor för deltagandet. Detta är således i enlighet med vårt resultat. McArthur (2015, s. 245) fann utöver detta att social tillhörighet är ett viktigare motiv än ekonomiska besparingar i den icke-kommersiella delningsekonomin Landshare. McArthur jämförde dock både delare och användare, vilket återigen innebär att detta resultat inte helt kan reflektera våra resultat.

Matzner et al. (2015, s. 8) fann även i sin studie att tillgängligheten i en IT-baserad delningstjänst var en avgörande faktor till att användarna sökte sig till tjänsten. I regressionerna som genomförts i vår studie av de tre motivationsfaktorerna var det endast för de sociala motiven som kunde påvisa signifikanta resultat mellan distansen och motivationsfaktorerna. Detta innebär att ju närmare Fritidsbanken låntagarna bor, desto mer socialt motiverade är dem. Tillgängligheten är således en avgörande faktor för låntagarna som är motiverade av sociala faktorer. Ännu ett resultat som återfanns i undersökningen av Hawlitchek et al. (2016, s. 4788–4789) var att produktvariationer hade en signifikant påverkan på deltagandet. En av de frågorna som vi har klassificerat som sociala, är att man lånar utrustning för att Fritidsbanken erbjuder ett brett produktsortiment. I och med att vårt resultat visade på att sociala motiv har ett samband med deltagandet, är detta resultat förenligt med vad Hawlitchek et al. (2016) konkluderade.

Tussyadiah (2016, s. 78–79) fann slutligen negativa signifikanta effekter mellan de tillkommande sociala fördelarna från en P2P boendevistelse och intentionerna att återvända till delningsekonomin. Detta står i kontrast till vårt resultat då vi inte kunde konkludera något samband mellan de sociala faktorerna och nöjdhet som inkluderar frågan om hur troligt det är att man kommer låna från Fritidsbanken återigen. Social tillhörighet hade också en effekt på bland annat viljan att återvända till delningsekonomin Airbnb i Möhlmann's (2015, s. 200–201) undersökning, vilket inte avspeglas i vårt resultat.

6.2 Utvärdering av undersökningsmodell

Som vår undersökningsmodell visade, ville vi testa motivationsfaktorer till deltagandet i Fritidsbanken, hur de driver hur nöjd man är samt vilka utfall man kan urskilja som följd av deltagandet (se figur 8 i avsnitt 4.3). Enligt TPB är intentioner en stark indikator på ett faktiskt beteende (Lane & Potter, 2007, s. 1086) och ju starkare intentioner är, desto mer sannolikt är det att beteendet blir utfört (Ajzen, 1991, s. 181–182). Initialt i denna studie var därför uppfattningen att intentionerna till att låna från Fritidsbanken kunde leda till vissa specifika och likasinnade utfall.

För låntagarna motiverade av miljömässiga och sociala faktorer var vår förväntning att de miljömässigt motiverade deltagarna skulle bli mer miljömedveten och reflektera mer över sina köp innan dem konsumerar och de socialt motiverade deltagarna skulle bli mer fysiskt aktiva. För att förankra denna teori, ställde vi frågor som redan var beprövade, samt en egen fråga inom respektive motivationskategori som hade en tydligare förbindelse med Fritidsbankens verksamhet. De kunde därmed tydligare kopplas till utfallen och blev bättre förankrade i teorin. Vår uppfattning avseende den miljömässiga intentionen var att låntagare som lånar från Fritidsbanken var beredda att ta icke-bekvämliga val och tänker på miljön i samband med lånet. Gällande de socialt motiverade låntagarna var vår förväntning att låntagarna kunde bli mer fysiskt aktiv och därför ställdes även frågan om intentionen att låna utrustning från Fritidsbanken var för att få möjligheten att motionera.

För de ekonomiska motiven resonerade vi annorlunda. Ett av syftena i studien var att undersöka om ett lån från Fritidsbanken kunde generera ett köp av likvärdig utrustning, det

vill säga att man spenderat pengar. Dock fungerar Fritidsbankens verksamhet på motsatt sätt, det vill säga att man sparar pengar genom att låna. Därför är enkätfrågorna ställda på ett sätt som reflekterar en sparsamhet och ignorans av egna inköp. Vår initiala tanke, i enlighet med TPB (Ajzen, 1991) var därför att intentionen att delta av ekonomiska motiv inte skulle leda till ett köp av likvärdig utrustning. Enkätfrågan som starkast speglade denna kontrast var således påståendet att det inte var värt att investera i egen utrustning. Denna koppling mellan intention och beteende är således inte likasinnade, vilket motiverar vår förväntning kring beteendet och vår ställda hypotes avseende det ekonomiska motivet samt utfallet.

Som tidigare presenterats så visade resultatet att miljömässiga och sociala motiv faktiskt ledde till miljömässiga respektive sociala utfall. Därtill återfanns inga signifikanta samband mellan ekonomiska motiv och ekonomiska utfall. Utifrån detta resultat kunde vi således bekräfta hypoteserna H2a, H2b och H2c. Påståendet beträffande att intentionen är en stark indikator till ett beteende stämmer därmed i vår studie. Vi kunde dock se att vissa motiv även kunde leda till icke-likesinnande utfall. Exempelvis då ekonomiskt motiverade låntagare blivit mer fysiskt aktiva samtidigt som socialt motiverade låntagare blivit mer miljömedvetna. Att förklara beteenden är komplext och TPB är ingen perfekt estimering av beteenden. Det kan uppkomma många andra inslag mellan intentionen och beteendet som kan påverka utfallet (Conner & Armitage, 1996, s. 1433). Så detta "snedsteg" i TPB ser vi som naturligt och det kan således finnas en klyfta mellan intentionen och beteendet.

Enligt SDT är en av de viktigaste faktorerna för att man ska känna sig motiverad att man har ett intresse för aktiviteten eller ser den som tilltalande (Ryan & Deci, 2000 b, s. 58). Utöver detta så är de starkast drivande komponenterna för den inre motivationen att man ska känna att man själv tar beslutet, utvecklas personligen och en social tillhörighet (Ryan & Deci, 2000a, s. 70–72). Om man varken har ett intresse för aktiviteten eller känner sig tillfredsställd med ovan nämnda komponenter, behöver man bli positivt påverkad av externa faktorer för att känna sig motiverad (Gagné & Deci, 2005, s. 334). I vår studie visade det sig att den miljömässiga motivationen, som vi klassificerat som en inre motivation, hade ett samband med hur nöjd man är med sin upplevelse från Fritidsbanken. Vi tolkar detta som att dessa låntagare har en kompetens kring hållbarhetsfrågor och reflekterar över de miljömässiga effekterna ett köp bidrar till. Att inneha denna kompetens och känna att beslutet att låna, istället för att köpa utrustning, är självbestämt, kommer således generera en nöjdare låntagare som vill sprida sin kunskap genom att rekommendera Fritidsbanken till andra och känna att valet att låna återigen är självbestämt.

För de ekonomiska och sociala motivationsfaktorerna, som vi klassificerat som yttre motivationer, kunde inga signifikanta samband till nöjdheten påträffas. En teori beträffande detta resultat är att yttre motivationer enbart motiverar under en begränsad tidsperiod. De är mer kortsiktiga i sin natur än de inre motivationerna då de kräver en yttre påverkan (Ryan & Deci, 2000a, s. 71) som eventuellt enbart är närvarande under vissa perioder. Vi anser dock att dessa resultat är svårtolkade. Eftersom det är helt gratis att låna utrustning från Fritidsbanken borde de som motiveras av ekonomiska skäl vara nöjd med Fritidsbanken som följd av att man sparar mycket pengar. Lånet borde även bidra till en social tillhörighet eftersom det kan innebära att utrustningen används i sociala och idrottsförenliga sammanhang. Å andra sidan innebär själva lånet i sig inte någon större social interaktion utan det handlar snarare om vilken situation som man använder utrustningen i. Det ska emellertid nämnas att båda koefficienterna i regressionen mellan ekonomiska och sociala motiv och nöjdheten var positiva, så det finns inget som indikerar att dessa låntagare är missnöjda. Det är snarare de miljömässigt motiverade låntagarna som är mer nöjda. Med

grund i detta resonemang är de inre motivationerna en starkare bestämmande komponent av vad som driver tillfredsställelsen än de yttre motivationsfaktorerna i denna studie.

En annan möjlig förklaring till varför det har funnits vissa snedsteg i teorierna som testats kan vara att Fritidsbankens verksamhet särskiljer sig från den standardiserade definitionen av en delningsekonomi. Vissa komponenter som ska finnas i en delningsekonomi saknas i Fritidsbankens verksamhet. Dessutom har Fritidsbanken ett icke-kommersiellt vinstsyfte. Detta kan således avspegla resultatet. Det främsta elementet som saknas i Fritidsbankens verksamhet, men som har presenterats i ett flertal av de tidigare undersökta delningsekonomierna, är att delningsekonomin ska underbyggas av en digital plattform. I Fritidsbankens verksamhet sker istället all utlåning fysiskt i butik. Möjligheten att använda en digital plattform för att kunna förfoga över det som delas i delningsekonomin, kan exempelvis tillföra en bekvämlighetsaspekt om man inte behöver förflytta sig långt för att få tillgång till det som ska delas och användas. Detta existerar inte i Fritidsbankens verksamhet i och med att man behöver ta sig till butiken för att låna och återlämna sport- och fritidsutrustningen. Det kan således finnas en aberration mellan de miljömässigt motiverade deltagarna i de olika typerna av delningsekonomierna. Denna aspekt blir därför viktig att poängtera då resultatet diskuteras.

7. Slutsats

Avslutningsvis konkretiseras resultaten i studiens slutsatser, som sedermera ska mynna ut i att besvara studiens problemformulering: "Vad motiverar låntagare till deltagandet i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken och vilka utfall kan man urskilja som följd av lånet?" Genom detta utvärderar vi vidare om studiens syfte har uppfyllts. Slutligen sammanställs studiens praktiska rekommendationer och teoretiska bidrag tillsammans med insikter kring fortsatt forskning.

7.1 Låntagarnas upplevelser

För att besvara studiens frågeformulering skapades en enkät som skickades ut till Fritidsbankens tidigare låntagare från sex månader tillbaka. Frågorna i enkäten skulle avspeglade studiens undersökningsmodell, som var förankrad i tidigare forskning och teorier inom området delningsekonomi. Mer specifikt utforskades beteende- och motivationsteorierna TPB och SDT i förhållande till den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken. Modellen avsåg att spegla vilka faktorer som påverkade ett motiv bakom deltagandet i Fritidsbanken, vilka utfall man kunde urskilja som följd av deltagandet samt hur nöjda låntagarna är. Detta förverkligades genom att kvantifiera variabler av ekonomisk, miljömässig och social karaktär. Denna studie analyserar således hur låntagare agerar i den undersökta delningsekonomin, både då delningen sker, men även efter att delningen har tagit plats.

Först genomfördes en kartläggning av de demografiska variablerna bland Fritidsbankens låntagare där vi överlag såg att fler kvinnor än män lånade sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. De flesta lån var avsedda för eget bruk, snarare än för någon annan och det var fler låntagare som inte hade barn i hushållet. Vanligast var att låntagarna antingen jobbade eller studerade och bodde inom två till fem km från Fritidsbanken. Den genomsnittliga åldern bland låntagarna uppgick till 35 år och man hade i genomsnitt lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken två gånger. Sammantaget uppnåddes ett högt värde på de flesta motivationspåståenden som var ställda i enkäten, med undantaget från enkätfrågorna avseende ett socialt motiv. De ekonomiska motivationsfaktorerna, bland annat att man sparade pengar genom att låna, påvisade både ett medelvärde över tre samt var positivt signifikanta i regressionsanalysen mot responsvariabeln antal lån. Det innebar med andra ord att de ekonomiska faktorerna kan förklara deltagandet i Fritidsbanken.

De högsta medelvärdena återfanns i påståenden avseende de miljömässiga faktorerna, bland annat att man anser att idén om delning är miljömässigt vänligt. När dessa resultat analyserades genom en regressionsanalys mot antal lån, fanns dock inget signifikant samband. De sociala motivationsfaktorerna var, som nämnt ovan, de enda av de tre faktorerna som hade ett sammanslaget medelvärde under tre. Dessa motiv inkluderade bland annat frågor om social tillhörighet och inflytande. I regressionen mot antal lån visade denna faktor ett positivt signifikant samband, vilket med andra ord förklarar deltagandet. Ju mer socialt motiverade låntagare är, desto mer sport- och fritidsutrustning lånar dem från Fritidsbanken. Slutsatsen blir således att Fritidsbankens låntagare främst motiveras av ekonomiska faktorer, men drivs även av sociala motivationsfaktorer. Dessa resultat är bland annat överensstämmande med vad Barnes och Mattson (2017), Hamari et al. (2016) samt Hawlitchek et al. (2016) konkluderat.

Fortsättningsvis kunde ett antal ekonomiska, miljömässiga och sociala utfall urskiljas som följd av lånet av sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. Utfallen kunde principiellt förklaras av teorin TPB (Lane & Potter, 2007, s. 1086). Det innebar att sambandet mellan

de motivationer som skulle leda till ett likasinnat utfall uppfylldes. Miljömässigt motiverade låntagare hade således blivit mer miljömedvetna och de socialt motiverade låntagarna hade blivit mer fysiskt aktiva efter lånet. För de ekonomiskt motiverade låntagare återfanns inga samband till det ekonomiska utfallet, vilket också är i enlighet med TPB. Sparsamma låntagare köpte sannolikt inte motsvarande utrustning efter lånet från Fritidsbanken.

Slutligen var Fritidsbankens låntagare överlag väldigt nöjda med Fritidsbanken och hade intentioner att rekommendera och låna återigen. De mest nöjda låntagarna återfanns bland de som var motiverade av miljömässiga faktorer, då denna grupp var den enda som påvisade ett positivt signifikant samband till variabeln nöjdhet. Vi klassificerar denna motivation som en inre enligt SDT, vilket således innebär att låntagarna upplever både en känsla av kompetens och självbestämmdhet när utrustningen lånas. Den inre motivationen signalerar även en uthållighet (Ryan & Deci, 2000a, s. 70–72), det vill säga att motivationen kommer vara närvarande hos låntagaren under en längre tid. Detta resultat stod i kontrast till bland annat Tussyadiah's (2016) och Möhlmann's (2015) resultat, men kunde till en viss del förknippas till Barnes & Mattson's resultat (2017).

Som en konsekvens av att det enbart är ett fall som studerats, det vill säga Fritidsbanken, samt att urvalet är begränsat tillsammans med att svarsgraden är låg, är resultatet i studien tvetydigt gällande generaliserbarhet. Dessutom är detta fall speciellt, i och med att Fritidsbankens verksamhet är unikt i sig då de erbjuder en typ av delningsekonomi som inte återfinns i många andra verksamheter. Initialt var målet att resultatet skulle kunna appliceras på hela populationen, det vill säga alla tidigare låntagare vid Umeås Fritidsbank samt andra Fritidsbanker med liknande ramverk. Efter insikter från litteraturgenomgången blir dock slutsatsen att resultatet enbart kan återspegla den population av Fritidsbankens låntagare som undersöks under den specifika tidsperioden. Däremot kan resultatet generaliseras för att underbygga teorierna (Yin, 2009, s. 15). Resultatet kan även användas för att stödja etableringen av nya Fritidsbanker genom att bidra med en kunskapsgrund, i enlighet med vad Nakamura och Abe (2014, s. 344–345) kunde konkludera från deras fallstudie.

7.2 Teoretiskt och praktiskt bidrag

Initialt fanns ett tydligt teoretiskt och praktiskt bidrag för vederbörande parter inom uppsatsuppdraget Från Sharing Citites Sweden. Studien har strävat efter att fylla det kunskapsgap som finns avseende icke-kommersiella delningsekonomier och därmed bidra till att nå projektets mål genom att sprida kunskap om delningsekonomi och visa hur man kan arbeta med det i städer. Vi anser att studien har bidragit till att reducera denna kunskapslucka om delningsekonomier och mer specifikt den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken i Umeå. Därav tillkommer det en dimension i nuvarande teori och synsätt i och med att studiens testade variabler analyseras efter teorierna TPB och SDT, med avstamp i en fenomenet delningsekonomi.

Studien strävar bland annat efter att bevisa att det finns lokala värden med en icke-kommersiell delningsekonomi, vilket ska gynna Umeå. Utöver detta ger studien ett praktiskt bidrag till Fritidsbanken i och med att resultatet förhoppningsvis kan användas i syfte för att öka det ekonomiska bidraget till Fritidsbankens verksamheter, attrahera potentiella nya bidragsgivare samt främja nya etableringar av Fritidsbanker. Eftersom Fritidsbanken inte får marknadsföra den sponsring som de mottar, kan det skapa en osäkerhet bland tänkbara givare vilket denna forskning förhoppningsvis har reducerat. Detsamma gäller för intresseparter som redan är bidragsgivare i nuläget. Detta kan förverkligas genom att bland annat visa på att det man donerar kommer till användning, samt vilka skäl som föreligger bakom användningen av utrustningen. Studien kunde även visa att Fritidsbankens låntagare överlag var mycket nöjda med sina upplevelser. Nöjdheten drevs i sin tur av den inre

motivationen, vilken symboliserar en långsiktighet bland låntagare. Det kan tolkas som att dessa låntagare sannolikt kommer att låna återigen och stanna inom verksamheten. Klassificeringen av studiens variabler utefter inre och yttre motivationer, som baserats på en gedigen litteraturgenomgång, har således genererat ytterligare en vidd inom teorin SDT.

Ett tydligare praktiskt bidrag som studien önskar kan påvisa är dock att Fritidsbankens verksamhet genererar positiva effekter för individen och samhället i stort, i form av utfall från låntagare som visar hur de agerat efter sina lån. Studien kunde konkludera att det överlag var ett flertal respondenter som både hade köpt utrustning, blivit mer miljömedvetna och mer fysiskt aktiva. Dessa beteenden drevs i sin tur av bland annat likasinnade motiv. Vi kan således konkludera att TPB har visat en relativt bra estimation av beteenden för Fritidsbankens låntagare. Därtill bidrar studien med en kunskapsgrund som övriga Fritidsbanker kan adaptera, förutsatt att studiens resultat kan appliceras på övriga Fritidsbanker i landet under samma tidsperiod.

7.3 Förslag till framtida forskning

Då denna studie enbart undersökt låntagare i den icke-kommersiella delningsekonomin Fritidsbanken, är ett förslag på ett framtida forskningsområde att studera både användare och delare. Det hade således varit en intressant aspekt att studera vad det är som motiverar delare att dela med sig av sin utrustning till Fritidsbanken och sedan jämföra deras åsikter. Vidare hade det varit intressant att studera potentiella låntagare till Fritidsbanken och se vad det är som särskiljer Fritidsbankens låntagare och vad som motiverar dem mot andra som inte lånat från Fritidsbanken. Avseende denna population, hade man istället kunna studera hur de olika bakomliggande faktorerna till intentionerna, det vill säga attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll, påverkar en potentiell låntagare till att låna utrustning från Fritidsbanken.

Vidare valde studien att begränsa sina undersökningsvariabler till ekonomiska, miljömässiga och sociala faktorer och därmed gjordes en avgränsning mot diverse andra faktorer som också skulle kunna förklara motivationer bakom ett lån av utrustning från Fritidsbanken. Motivationsfaktorer som studerats i tidigare forskning hade med andra ord likväl varit intressanta att studera på Fritidsbankens verksamhet. Exempel på sådana variabler är rykte, status, nöje och lokaliseringsfördelar. Ett framtida forskningsområde skulle, i kontrast mot denna studie, kunnat använda en kvalitativ metod, detta för att ställa öppna frågor till respondenterna och få in ytterligare perspektiv om potentiella motivationsfaktorer. Användandet av denna metod skulle möjligen identifiera om man kan urskilja ytterligare drivkrafter för just Fritidsbankens låntagare som tidigare inte bekräftats.

Ännu en intressant aspekt inom delningsekonomi att studera framöver är hur fenomenet kommer att växa och utvecklas i framtiden. Det faktum att både Uber och Airbnb inom det innevarande året ska börsnoteras, kan indikera att delningsekonomin är på väg från en ekonomi präglad av en plan marknadsplats till en mer traditionell hierarkisk marknadsekonomi. Delningsekonomin blir således influerad av mer kapitalistiska tankar, vilket inte är den ursprungliga tanken i en delningsekonomi. Den ska snarare symbolisera en decentraliserad struktur där delare och användare står nära varandra. I takt med att Uber och Airbnb växer och tar över stora marknadsandelar, skapas istället en centraliserad ekonomi. Det hade därför varit intressant undersöka om delningsekonomin är på väg mot en ekonomisk modell som står i kontrast till vad fenomenet ska representera idag. För att genomföra en sådan undersökning hade det förmodligen krävts ett stort stickprov som sträckte sig under en längre tidsperiod.

8. Sanningskriterier

Det är viktigt att belysa problematik och kvalitén i en studie och därför kommer vi i detta slutliga avsnitt att resonera kring studiens validitet, generaliserbarhet, reliabilitet samt replikerbarhet. Det finns ett flertal dilemman som kan påverka studiens mätning, såsom slumpmässiga företeelser och missuppfattningar av frågeformuleringar. Vår uppfattning av hur väl sanningskriterierna har uppfyllts bedöms således nedan.

8.1 Reliabilitet

Med reliabilitet refererar man till precisionen av mätningen samt huruvida resultatet skulle skilja mycket om man upprepade studien (Collis & Hussey, 2014, s. 217). I en enkätundersökning kan reliabiliteten försämrans då man exempelvis använder krångliga formuleringar i en fråga så att en del av respondenterna missuppfattar frågan (Trost & Hultåker, 2016, s. 63). En låg reliabilitet kan även bero på oanständiga mätinstrument, såsom tvetydiga svarsalternativ. En högre reliabilitet uppnås genom att undvika slumpmässiga fel samt att studien överensstämmer med andra likartade mätningar. Reliabilitet betonar därmed begreppen tillförlitlighet och replikerbarhet (Djurfeldt et al., 2019, s. 104). Replikation innebär att studien ska kunna upprepas och genomföras av andra forskare med samma resultat (Bryman, 2018, s. 217). En viktig del för att studien ska vara replikerbar är att man noggrant beskrivit tillvägagångssättet i studien (Bryman, 2018, s. 217).

Vidare särskiljs mätenheterna i reliabilitet i fyra delar: kongruens, precision, objektivitet och konstans. Kongruens syftar till att enkätfrågorna är väldigt likartade, därför kan man slå ihop dem till ett index. Den andra delen i reliabilitetsmättet behandlar precisionen i frågorna, det vill säga om det är lätt att svara på enkäten. Slutligen så handlar objektivitet om att respondenterna uppfattar frågorna på samma sätt och konstans handlar om att det inte ska spela någon roll vid vilken tidpunkt respondenten svarar (Trost & Hultåker, 2016, s. 61–62).

För att säkerställa att vår studie uppnår en så hög reliabilitet som möjligt har flera aspekter utvärderats. Bland annat har studien främst använt redan beprövade enkätfrågor, vilket minskar risken för att respondenterna missuppfattar frågan. I egna formulerade frågor har studien hämtat inspiration från tidigare forskning och teorier samt lyft in flera åsikter genom att verkställa en pilotstudie. Pilotstudien har bidragit till att precisionen i studien i viss mån har testats. Vidare har likartade frågor slagits samman till ett index, det vill säga alla frågor som testade de olika motiven utifrån en ekonomisk, miljömässig och social karaktär samt frågorna om nöjdhet. Denna hopslagning bekräftades genom att mäta den interna reliabiliteten i form av Cronbach's alpha (Saunders et al., 2018, s. 451).

För frågorna gällande de miljömässiga och de sociala motivationsfaktorerna uppnåddes ett relativt högt värde på alfa. Gällande de ekonomiska motivationsfaktorerna uppmättes ett relativt lågt, men accepterat värde på alpha, därför bör kongruensen ifrågasättas. För frågorna avseende hur nöjd man är uppnåddes samma reliabilitetsvärde i underkant. I en viss tidigare forskning har man delat upp de två variabler som vi slagit ihop i nöjdhetsfrågan, det vill säga framtida intentioner att återvända till delningsekonomin och intentionen att rekommendera delningsekonomin andra personer i sin omgivning, vilket kan förklara detta låga resultat. Vi motiverade ändå hopslagningen av dessa frågor för att kunna underlätta analysen.

Studien har även tydliggjort svarsalternativen för respondenterna genom att inkludera tilläggstext för nivå 1 och 5 på svarsskalan. Närmare bestämt motsvarar alternativ 1 "stämmer inte alls" och alternativ 5 "stämmer helt". För att undvika slumpmässiga fel har författarna till studien även analyserat datan tillsammans. Vidare har alla metodval och övervägningar angående analysmetoder motiverats för att öka replikerbarheten. Hela resultatet har även beskrivits så detaljerat som möjligt, vilket visar på en hög transparens. Det som inte presenterats i resultatdelen här gjord tillgänglig i appendix.

Något som talar emot en hög reliabilitet i vår studie är dock att det finns resultat från tidigare forskning som är motsägelsefulla. Detta kan bero på flera olika företeelser, bland annat att datan som används är begränsat till ett icke-slumpmässigt urval och säsongsbetonat. Dessutom var svarsfrekvensen relativt låg. Med grund i tidigare argument om att det viktigt att båda sidorna i en delningsekonomi är representerade, det vill säga både delare och användare, utgör detta också en möjlig brist. I Fritidsbankens verksamhet är det således viktigt att beakta både dem som lämnar in sport- och fritidsutrustningen och de som lånar den. Men på grund av den begränsade datatillgången undersöktes enbart användarna. Denna begränsning av datatillgången gäller även informationen av icke-låntagare. Hade en sådan population inkluderats i analysen hade man kunnat jämföra motivationer mellan dessa två grupper. Deltagandet operationaliseras istället till att antal lån ska motsvara deltagandet, vilket kan ha medfört otydliga resultat. Därtill kan avgränsningen till att undersöka de senaste sex månadernas låntagare även innebära en risk att vissa låntagare nyligen fått vetskap om Fritidsbanken och därför inte hunnit låna så många gånger.

De två allra största anledningarna till skillnader mellan vårt resultat och resultat från tidigare forskning är enligt vår uppfattning att vår studie saknar ett flertal variabler som tidigare påvisats signifikanta. Dessa variabler kan i sin tur ha haft en påverkan på varandra, vilket inte avspeglas i vår studie. Innebörden av detta kan vara att alla aspekter av teorin inte studeras. Den andra anledningen kan vara att det inte gjorts några liknande studier inom detta specifika område, varken på den typ av verksamhet som Fritidsbanken bedriver, eller i det geografiska läget som Fritidsbanken befinner sig i. Å andra sidan innebar det urval som studien fick tillgång till att en specifik population som redan hade deltagit i fenomenet kunde undersökas. På så sätt representerar studiens population mest troligen den grupp som innehar den största kunskapen om fenomenet, vilket kan höja reliabiliteten.

8.2 Validitet

Validiteten i en studie undersöker till vilken utsträckning datan man samlat in speglar det som man försöker mäta (Collis & Hussey, 2014, s. 218). Man kan således säga att validiteten mäter giltigheten i studien. Hög validitet likställs med avsaknaden av systematiska fel, såsom felaktigt operationaliserade frågor (Djurfeldt et al., 2018, s. 104). I en enkätundersökning blir det därmed viktigt att ställa frågor som svarar upp för sitt syfte, så man behöver därför främst lägga mycket tid på frågeformuläret (Trost & Hultåker, 2016, s. 63–64). Bryman (2018, s. 73) särskiljer validiteten mellan bland annat begreppsvaliditet, inre och yttre validitet. Begreppsvaliditet handlar om huruvida ett begrepp faktiskt mäter det som avses att mätas. Intern validitet bedöms utefter om resultatet kan hänföras till hanteringen av förklaringsvariablerna snarare än som följd av påverkningar från andra externa variabler (Kallet, 2004, s. 1230). Det behandlar med andra ord om en slutsats som innehåller ett kausalt förhållande mellan minst två variabler är hållbar eller inte. Den externa validiteten relaterar till frågan avseende huruvida en studie kan generaliseras (Bryman, 2018, s. 73–74).

Ursprungligen var det önskvärt att få tillgång till data som visade kontaktuppgifter för alla låntagare som Fritidsbanken har haft sedan öppningen. Istället fick studien tillgång till data

från och med sex månader tillbaka, vilket är en begränsning. Dessutom innebär detta att studien kommer att bli något säsongsbetonat eftersom målgruppen först och främst är personer som lånat sport- och fritidsutrustning under vinter- och vårsäsongen. Det är svårt att veta om man är mer eller mindre ekonomiskt motiverad under vintern exempelvis. Å ena sidan kanske man använder mycket sport- och fritidsutrustning på vintern som är väldigt dyr (slalomutrustning och dylikt), men det finns å andra sidan även dyr sommarutrustning (så som golfutrustning). Det kan hur som helst bidra till att studien inte lyckas mäta det avsedda och därmed dra ned validiteten i studien. Att urvalet är begränsat minskar också generaliserbarheten. Däremot innebär det också att respondenternas låneagerande på Fritidsbanken ligger nära i tiden. Det kan betyda att de har ett tydligt minne av hur låneprocessen sett ut och kan ge mer trovärdiga svar, vilket är positivt.

Som diskuterats genomgående i studien, är inte resultaten från denna studie tänkt att kunna generaliseras överlag för fenomenet delningsekonomi. Är studien externt valid kan man förvänta sig att resultatet kan stämma överens med andra Fritidsbanker med samma ramverk tillsammans med samtliga låntagare i Umeå. Om våra resultat är applicerbara på beskrivet sätt kan dock ifrågasätta eftersom urvalet är avgörande. Representativa urval görs av denna anledning för att kunna generalisera resultaten. Men eftersom denna studies urval inte är representativt är detta krav inte uppfyllt och resultatet kan snarare enbart appliceras på låntagarna inom samma tidsperiod för undersökningen.

Ytterligare medel som användes för att säkerställa att studien mäter vad som är avsett att mäta är genom att ställa sig frågan om enkätfrågorna är konstruerade så att de uppfattas på samma sätt av respondenten och forskaren (Saunders, 2016, s. 450). Detta uppnåddes också i vår studie genom verkställandet av pilotstudien, som tidigare nämnts. Fortsättningsvis gör användningen av beprövade frågor från tidigare forskning att studien uppnår en högre begreppsvaliditet. De beprövade enkätfrågorna översattes vidare från engelska till svenska i studien i och med att enkäten utformades på svenska. Därför kunde även pilotstudien garantera att frågorna var översatta och adapterade på ett begripligt sätt.

För att säkerställa både reliabiliteten och validiteten i enkätfrågorna gällande motivationsfaktorerna ställdes en kontrollfråga. Där fick respondenterna rangordna i vilken ordning de ansåg att de tre motivationsfaktorerna var bidragande till att de lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. De allra flesta respondenter rangordnade ekonomiska faktorer som de viktigaste. Men på frågorna där respondenterna fick välja på en skala mellan 1 och 5 hur väl motivet stämde överensstämde, fick de miljömässiga faktorerna det högsta medelvärdet. Detta kan antingen betyda att respondenterna inte uppfattat frågorna korrekt, att studien ställt felaktiga frågor, eller att studien är påverkad av någon form av svarsbias då det verkar som respondenterna vill framställa sig som miljömedvetna. Men när det väl kommer till kritan anser dem ändå att den ekonomiska aspekten är den viktigaste. Det är svårt att konkludera vad som kan ha orsakat detta. För att hålla nere antal tecken i enkäten begränsades mängden information om varje fråga, vilket kan ha givit utrymme för respondenterna att göra sina egna tolkningar. Å andra sidan adderades även tilläggsinformation i form av exempel till några frågor, vilket också kan ha bidragit till att respondenterna tolkat frågorna på ett annorlunda sätt än vad teorin visar.

9. Referenslista

Aggarwal, C. (2013). *Outlier analysis*. Springer: New York.

Albinsson, P. A., & Perera, B. Y. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal Of Consumer Behaviour*, 11 (4), 303–315.

Ajzen, I. (2012). Martin Fishbein's Legacy: The Reasoned Action Approach. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 640 (1), 11–27.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review Of Psychology*. 52, 27–58.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Anthony, R.N., & Young, D.W. (1988). *Management control in nonprofit organizations*. Upplaga 4. Homewood: Irwin.

Axelsson, J. (2019). Vi är lönsamma för andra året i rad. *Dagens industri*. [Online] 15 januari.

Tillgänglig via: <https://www.di.se/live/airbnb-vi-ar-lonsamma-for-andra-aret-i-rad/>.

[Hämtad 2019-02-26]

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Haws, K. L. (2011). *Handbook of marketing scales: multi-item measures for marketing and consumer behavior research*. Upplaga 3. USA: SAGE.

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67 (8), 1595–1600.

Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demkova, K., & Carroll, J. (2015). A Muddle of Models of Motivation for Using Peer-to-Peer Economy Systems. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on human factors in computing systems (ACM)*. Seoul, April 2015.

Tillgänglig via: <http://dx.doi.org/10.1145/2702123.2702272>.

[Hämtad 2019-04-08]

Barnes, S.J., & Mattsson, J. (2017). Understanding current and future issues in collaborative consumption: a four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211.

Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing Motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23 (C), 28–39.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. Upplaga 1. New York: HarperBusiness.

- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Upplaga 3. Stockholm: Liber.
- Bryman, A., & Bell, M. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Upplaga 3. Malmö: Liber.
- Brännström, S.L. (2018). Succé för utlåning av sportprylar. *Västerbottens Kuriren* [Online] 31 januari.
Tillgänglig via: <https://www.vk.se/2660896/succe-for-utlaning-avsportprylar>.
[Hämtad 2019-02-16]
- Chang, M. (1998). Predicting Unethical Behavior: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics*, 17 (16), 1825–1834.
- Collis, J., & Hussey, R. (2014). *Business research: a practical guide for undergraduate and postgraduate students*. Upplaga 4. Basingstoke: Palgrave macmillan.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28 (15), 1429–1464.
- Cusumano, M.A. (2018). The Sharing Economy Meets Reality: Assessing the uncertainties of the business models driving the sharing economy. *Communications of the ACM*, 61 (1), 26-28.
- Dahlman, Y., Wallin, K., Dalväg, E., & Koppel, K. (2018). *Hållbara livsstilar: Hur du lyckas med insats och värdering*. Hållbara livsstilar Hifab AB.
Tillgänglig via: <http://www.hifab.se/wp-content/uploads/2019/01/Handbok-hållbara-livsstilar.pdf>
- Dahmström, K. (2011). *Från datainsamling till rapport - att göra en statistisk undersökning*. Upplaga 5. Lund: studentlitteratur.
- Datainspektionen (u.å.). *Dataskyddsförordningen (GDPR)*. Datainspektionen.
<https://www.datainspektionen.se/lagar--regler/dataskyddsförordningen/>.
[Hämtad 2019-02-25]
- Decrop, A., Del Chiappa, G., Mallargé, J., & Zidda, P. (2018). “Couchsurfing has made me a better person and the world a better place”: the transformative power of collaborative tourism experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (1), 57–72.
- Denscombe, M. (2018). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Upplaga 4. Lund: Studentlitteratur.
- Djurfeldt, G., Larsson, R., & Stjärnhagen, O. (2018). *Statistisk verktygslåda 1: samhällsvetenskaplig orsaksanalys med kvantitativa metoder*. Upplaga 3. Lund: Studentlitteratur.
- Eckhardt, G.M. & Bardhi, F. (2012). The Relationship between Access Practices and Economic Systems. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1 (2), 210- 225.

- Edling, C., & Hedström, P. (2003). *Kvantitativa metoder: grundläggande analysmetoder för samhälls- och beteendevetare*. Lund: Studentlitteratur.
- Eggeby, E., & Söderberg, J. (1999). *Kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.
- Ejvegård, R. (2009). *Vetenskaplig metod*. Upplaga 4. Lund: Studentlitteratur.
- Eljertsson, G. (2014). *Enkät i praktiken: En handbok i enkätmetodik*. Upplaga 3. Lund: Studentlitteratur AB.
- Engström, E. (2017). *Fritidsbanken: en kvalitativ studie om hur unga låntagare upplever verksamheten*. Kandidatuppsats. Karlstad: Karlstads universitet.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1974). Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral Criteria. *Psychological Review*, 81 (1), 59-74.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10.
- Fritidsbanken. (u.å. a). Om oss. *Fritidsbanken*. <https://www.fritidsbanken.se/om-oss-2/>. [Hämtad 2019-02-14]
- Fritidsbanken. (u.å. b). Hem. *Fritidsbanken*. <https://www.fritidsbanken.se>. [Hämtad 2019-02-15]
- Fritidsbanken. (u.å. c). Så här går det till. *Fritidsbanken* <https://www.fritidsbanken.se/sa-har-gar-det-till/>. [Hämtad 2019-02-14]
- Gagné, M., & Deci, E.L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26 (2005), 331–362.
- Ganapatia, S., & Reddick, C.G. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. *Government Information Quarterly*, 35 (1), 77-87.
- Gliem, Joseph A., & Gliem, Rosemary R. (2003). Calculating, Interpreting, and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. *Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*. Columbus, Ohio, Oktober 2003.
Tillgänglig via:
<https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/344/Gliem%20%26%20Gliem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [Hämtad 2019-04-20]
- Gujarati, D. N. (2002). *Basic econometrics*. Upplaga 4. Boston: McGrawHill.
- Gullstrand Edbring, E., Lehner, M., & Mont, O. (2016). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers. *Journal of Cleaner Production*, 123, 5–15.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67 (9): 2047-2059.
- Hawlitschek, F., Teubner, T., & Gimpel, H. (2016). Understanding the Sharing Economy - Drivers and Impediments for Participation in Peer-to-Peer Rental. *49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*. Hawaii, Januari 2016. Tillgänglig via: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=7427780>. [Hämtad 2019-03-08]
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 49 (3), 351–364.
- Hultgren, S. (2008). *Fysisk aktivitet - folkhälsa - beteendeförändringar: en beteendevetenskaplig betraktelse: hur får man barn och ungdomar intresserade av fysisk aktivitet?* Upplaga 1:3. Uppsala: Kunskapsföretaget.
- Hållbara livsstilar. (2018). *Intervju med Henric på Fritidsbanken*. [Online]. <https://www.youtube.com/watch?v=LP4asav7AAc>.
- Investopedia. 2018. Peer-to-peer (P2P) economy. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp>. [Hämtad 2019-02-25]
- Kallet, R.H. (2004). How to write the methods section of a research paper. *Respiratory care*. 49 (10), 1229–32.
- Klädoteket. (u.å.). About us. *Klädoteket*. <https://kladoteket.se/about-us/>. [Hämtad 2019-02-26]
- Klöfver, E. (2018). Snart får Umeå en Fritidsbank. *Västerbottens Kuriren*. [Online] 19 april. Tillgänglig via: <https://www.vk.se/2317936/snart-far-umea-en-fritidsbank>. [Hämtad 2019-02-16]
- Lane, B., & Potter, S. (2007). The adoption of cleaner vehicles in the UK: exploring the consumer attitude-action gap. *Journal of Cleaner Production*. 15 (11–12), 1085–1092.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18 (1), 3–9.
- Markendahl, J., McCormick, K., Hossian, M.I., Lund, T., Moller, J., & Näslund, P. (2019). Analysis of Sharing Economy Services: Initial Findings from Sharing Cities Sweden. *Nordic and Baltic Journal of Information and Communications Technologies*, 1, 239-260.
- Matzner, M., Chasin, F., & Todenhöfer, L. (2015). To Share or Not to Share: Towards Understanding the Antecedents of Participation in IT-Enabled Sharing Services. *ECIS 2015 Research-in-Progress Papers*, 19, 1-13.

- McArthur, E. (2015). Many-to-many exchange without money: why people share their resources. *Consumption Markets & Culture*, 18 (3), 239-256.
- Moore, D.S., McCabe, G.P., Alwan, L.C., & Craig, B.A. (2016). *The practice of statistics for business and economics*. Upplaga 4. New York: W.H. Freeman and company.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14 (3), 193–207.
- Nakamura, H & Abe, N. (2014). The role of a non-profit organisation-run public bicycle sharing programme: the case of Kitakyushu City, Japan. *Journal of Transport Geography*, 41 (2014), 338–345.
- Ndure, A., Bulut, T., & Björkander, J. (2017). *Utlåningsverksamhet som främjande faktor för folkhälsan? En studie om verksamhetsansvarigas föreställningar om utlåning av sport- och fritidsmaterial/utrustning*. Kandidatuppsats. Halmstad: Högskolan i Halmstad.
- Nulty, D. (2008). The adequacy of response rates to online and paper surveys: what can be done? *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33 (3), 301–314.
- Ogden, J. (2003). Some problems with social cognition models: A pragmatic and conceptual analysis. *Health Psychology*, 22, 424-428.
- Olson, M.J., & Kemp, J. (2015). *Sharing economy: An in-depth look at its evolution and trajectory across industries*. [Investeringforsknig] UK: Piper Jaffray UK.
Tillgängligt via: <https://collaborativeeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/04/SharingEconomy-An-In-Depth-Look-At-Its-Evolution-and-Trajectory-Across-Industries-.pdf>. [Hämtad 2019-02-04]
- Orbeil, S., Hodgkins, S. & Sheeran, P. (1997). Implementation Intentions and the Theory of Planned Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 23 (9), 945–954.
- Ozanne, L.K., & Ballantine, P.W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*. 9 (6), 485-498.
- Pedersen, E. R. G. R., & Netter, S. (2015). Collaborative consumption: Business model opportunities and barriers for fashion libraries. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19 (3), 258–273.
- Piscicelli, L., Cooper, T., & Fisher, T. (2015). The role of values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. *Journal of Cleaner Production*, 97 (C), 21–29.
- PricewaterhouseCoopers. (2015). *The sharing economy: Consumer intelligence series*. [elektronisk].
Tillgängligt via: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf. [Hämtad 2019-02-10]

Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W.E., Luchs, M.G., Ozanne, L.K., & Thøgersen, J. (2011). Sustainable Consumption: Opportunities for Consumer Research and Public Policy. *Journal of Public Policy & Marketing*. 30 (1), 31–38.

Questback. (u.å). About Questback. *Questback*. <https://www.questback.com/about-questback/>. [Hämtad 2019-02-23]

Rammstedt, B., Danner, D., & Bosnjak, M. (2017). Acquiescence response styles: A multilevel model explaining individual-level and country-level differences. *Personality and Individual Differences*, 107 (2017), 190–194.

Ryan, R.M., & Deci E.L. (2000 a). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55 (1), 68-78.

Ryan, R.M., & Deci E.L. (2000 b). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67.

Ryan, R.M., & Deci E.L. (2008). Facilitating Optimal Motivation and Psychological Well-Being Across Life's Domains. *Canadian Psychology*, 49 (1), 14–23.

Saris, W.E., & Gallhofer, N.I. (2014). *Design, Evaluation, and Analysis of Questionnaires for Survey Research*. Upplaga 2. Wiley. E-bok.

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students*. Upplaga 6. Harlow: Pearson.

Schechner, S., & Bensinger, G. (2016). Airbnb to enforce limits on rentals in London. *The Wallstreet Journal*. [Online] 1 december.

Tillgängligt via:

<https://www.wsj.com/articles/airbnb-agrees-to-enforce-amsterdam-limit-on-rentals1480580233>. [Hämtad 2019-02-14]

Shared Earth (u.å). How it works. *Shared Earth*. <https://sharedearth.com/>. [Hämtad 2019-05-03]

Sharing cities Sweden (u.å). Home. *Sharing cities Sweden*. <https://www.sharingcities.se>. [Hämtad 2019-02-15]

Spector, P. (1992). *Summated rating scale construction*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Speklé, R.F., & Widener, S.K. (2018). Challenging Issues in Survey Research: Discussion and Suggestions. *Journal of management accounting research*, 30 (2), 3–21.

Stenmund, A.H. (2014). *Using econometrics a practical guide*. Upplaga 6. Edinburgh: Pearson.

Stephany, A. (2015). *The business of sharing: Making it in the new sharing economy*. Bakingstoke: Palgrave: Macmillan.

Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge: The MIT press. [Ljudbok].

Susskind, A. M., Kacmar, K. M., & Borchgrevink, C. P. (2018). The Relationship of Service Providers' Perceptions of Service Climate to Guest Satisfaction, Return Intentions, and Firm Performance. *Cornell Hospitality Quarterly*, 59 (4), 390–396.

Telles, R. (2016). *Digital Matching Firms: A New Definition in the "Sharing Economy" Space*. U.S. Department of Commerce. Administration Office of the Chief Economist. Economics and Statistics. [Online] 3 juni.

Tillgänglig via: <https://permanent.access.gpo.gov/gpo94038/digital-matching-firms-new-definitions-sharing-economy-space.pdf>.

Thurén, T. (2013). *Källkritik*. Upplaga 3. Stockholm: Liber.

Trenz, M., Frey, A., & Veit, D. (2018). Disentangling the facets of sharing: A categorization of what we know and don't know about the Sharing Economy. *Internet Research*, 28 (4), 888–925.

Trost, J., & Hultåker, O. (2016). *Enkätboken*. Upplaga 5. Lund: Studentlitteratur.

TT. (2019). Förlust för Uber trots ökad vinst. *Dagens industri*. [Online] 16 februari. Tillgänglig via: <https://www.di.se/nyheter/forlust-for-uber-trots-okad-vinst/>. [Hämtad 2019-02-26]

Tussyadiah, I.P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55 (2016), 70–80.

Umeå kommun (Augusti 2018. a). Kommunfakta. *Umeå kommun*. <https://www.umea.se/umeakommun/kommunochpolitik/kommunfakta.4.bbd1b101a585d704800061691.html>. [Hämtad 2019-02-14]

Umeå kommun. (Januari 2019. b). Sharing City Umeå. *Umeå kommun*. <https://www.umea.se/umeakommun/byggaboomiljo/samhallsutvecklingochhallbarhet/klimatmiljoochhallbarhet/sharingcityumea.4.10e78ac01661b30919b2ba7a.html>. [Hämtad 2019-04-22]

Umeå Universitet (u.å.). Civilekonomprogrammet. *Umeå universitet*. <https://www.umu.se/utbildning/program/civilekonomprogrammet/>. [Hämtad 2019-02-08]

Vestblad, J. (2016). *Cirkulerande återanvändning av sportartiklar: Resursflöden för framställning och avfallshantering av sportartiklar*. Kandidatuppsats. Karlstad: Karlstad Universitet.

Wilhelms, M.P., Merfeld, K., & Henkel, S. (2017). Yours, mine, and ours: A usercentric analysis of opportunities and challenges in peer-to-peer asset sharing. *Business Horizons*, 60, 771—781.

Yin, R. K. (2009). *Case study research: design and methods*. Fjärde upplagan. London: Sage.

Åkerlund, C. (2018). Hyrkläder ger hållbart mode. *Dagens industri*. [Online] 2 juni. Tillgänglig via: <https://www.di.se/hallbart-naringsliv/hyrklader-ger-hallbart-mode/>. [Hämtad 2019-02-26]

Appendix 1 – Enkät

Fritidsbanken Umeå

Hej!

Du har fått detta sms/mail för att du någon gång under det senaste halvåret har lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken. I samråd med Fritidsbanken, Umeå kommun, Västerbottens Idrottsförbund och projektet Sharing City Umeå genomför vi vårt examensarbete med Fritidsbanken i Umeå som utgångspunkt och behöver din hjälp!

Du genomför studien helt anonymt och dina personuppgifter behandlas konfidentiellt i enlighet med GDPR. Enkäten innehåller ett 20-tal frågor och tar ca 5-10 minuter att genomföra. Alla frågor har svarsalternativ där du väljer det mest lämpliga alternativet enligt din egen åsikt. Du kan när som helst välja att avsluta din medverkan. Har du några frågor angående enkäten, tveka inte att kontakta oss via sabr0064@student.umu.se eller fasj0004@student.umu.se.

Som tack för din medverkan har du möjlighet att tävla om att vinna en av 10 entrébiljetter till Navet. Vill du medverka i denna tävlingen behöver du svara på en fråga samt fylla i ditt telefonnummer i slutet av undersökningen. Deltagandet i tävlingen är helt frivilligt och vinnarna kontaktas under vecka 18.

Din åsikt är viktig för oss, vi uppskattar din medverkan!

Vill du veta mer om arbetet kan du läsa om det genom att klicka [här](#).

Sara Bromark & Fanny Sjölund genom Fritidsbanken

Hjälp oss att bli ännu bättre!

I dagarna kommer vi skicka ut en enkätundersökning via sms eller mail till alla er som har lånat sport- och fritidsutrustning från oss det senaste halvåret. Enkäten görs i samarbete med projektet Sharing City Umeå, Umeå Kommun, Västerbottens Idrottsförbund och tillsammans med två ekonomistudenter som skriver sin magisteruppsats vid Umeå universitet. Ni svarar på enkäten genom att trycka på länken i sms:et eller mailet och följa instruktionerna. Syftet är att undersöka motivationer till att låna sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken i Umeå, samt utvärdera potentiella effekter av lånet. Som tack för din medverkan har du även möjlighet att tävla om att vinna en entrébiljett till Navet.

Din åsikt är viktig för oss, vi uppskattar din medverkan!

Har du lånat utrustning från oss men inte fått någon inbjudan via sms eller mail, så kan du delta genom att klicka på denna [länk](#)

Vi som genomför studien är två ekonomistudenter från Umeå universitet. Syftet med vår studie är att undersöka motivationer till att låna sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken i Umeå, samt utvärdera potentiella effekter av lånet. Vi genomför studien i samarbete med Umeå kommun och projektet Sharing City Umeå. Det är en del av det nationella programmet Sharing Cities Sweden som arbetar för att testa, utveckla och utvärdera delningsekonomins möjligheter för städer.

Studien utgår från låntagarens perspektiv. Om du har lånat flera typer av sport- och fritidsutrustningar vid olika tillfällen, svarar du för din samlade uppfattning om lånen. Detsamma gäller om du lånat till barn eller annan närstående som använt utrustningen. I så fall svarar du för er gemensamma uppfattning. Alla frågor har svarsalternativ där du väljer det mest lämpliga alternativet enligt din egen åsikt.

Vill du ta del av resultatet eller har fler frågor om studien, kontakta Fanny eller Sara på sabr0064@student.umu.se eller fasj0004@student.umu.se

Bakgrundsfrågor

I följande del får du svara på några inledande bakgrundsfrågor. Här kan du enbart välja ett svarsalternativ.

1) * Ålder (svara med siffror, ex. 20):

2) * Kön:

- Kvinna
- Man
- Annat
- Vill inte ange

3) * Hur många personer består ditt hushåll av, inklusive dig själv?

(Svara med siffror, ex. 2)

4) * Finns det barn i hushållet under 18 år?

- Ja
- Nej

5) * Ungefär hur många km från Fritidsbanken är du bosatt?

(Svara i hela km, ex. 5)

6) * Huvudsakliga sysselsättning:

- Arbetar
- Studerar
- Pensionär
- Sjukskriven
- Arbetssökande
- Föräldraledig
- Annat

7) * Ungefär hur många gånger har du lånat sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken?

(Svara med siffror, ex. 2)

8) * Vem i huvudsak lånade du sport- och fritidsutrustningen till?

- Mig själv
- Någon annan

I följande avsnitt får du välja i hur stor utsträckning ett antal påståenden stämmer överens med ditt val av att låna sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken i Umeå.

Du svarar utifrån en 5-gradig skala som följer:

1: stämmer inte alls, 3: varken stämmer eller stämmer inte, 5: stämmer helt

9) * Ekonomiska motivationsfaktorer

	1. Stämmer inte alls	2.	3.	4.	5. Stämmer helt
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att spara pengar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att det gynnar mig ekonomiskt (bland annat för att jag kan spendera mina pengar på annat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att jag inte skulle haft råd att köpa motsvarande utrustning i butik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att undvika egna inköp (och därmed undvika att äga produkten/produkterna själv)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att det inte känns värt att investera i en egen utrustning (bland annat för att utrustningen slits fort, används sällan eller för att mitt barn växer ur utrustningen fort)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Även i detta avsnitt får du välja i hur stor utsträckning ett antal påståenden stämmer överens med ditt val av att låna sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken i Umeå.

10) * Miljömässiga motivationsfaktorer

	1. Stämmer inte alls	2.	3.	4.	5. Stämmer helt
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att det är viktigt att saker jag använder inte skadar miljön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att jag anser att idén om delning är miljövänlig (bland annat för att produkten utnyttjas maximalt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att mitt köpbeteende påverkas av min oro för miljön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att jag är villig att ta obekväma val som är mer miljövänliga (exempelvis att jag hellre tar mig till Fritidsbanken för att låna utrustning än att äga egen utrustning och därav alltid ha den tillgänglig)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att främja ett nytt system där vi konsumerar mindre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Även i detta avsnitt får du välja i hur stor utsträckning ett antal påståenden stämmer överens med ditt val av att låna sport- och fritidsutrustning från Fritidsbanken i Umeå.

11) * Sociala motivationsfaktorer

	1. Stämmer inte alls	2.	3.	4.	5. Stämmer helt
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att det ger mig möjlighet att motionera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att kunna prova olika sporter (bland annat för att Fritidsbanken erbjuder ett brett sortiment av produkter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att känna social tillhörighet inom ett idrottsällskap och/eller samhälle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för utvidga min sociala erfarenhet (då jag exempelvis får känna mig delaktig i en utlåningsprocess)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag lånar utrustning från Fritidsbanken för att det ger mig ett socialt inflytande (i och med att jag exempelvis upplever att min sociala miljö uppmuntrar till delning)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Rangordna

I denna fråga får du välja vilken av de 3 nämnda motivationsfaktorerna (ekonomiska, miljömässiga och sociala) som motiverar dig mest, näst mest och minst till att låna utrustning från Fritidsbanken.

Vänligen rangordna ditt svar från 1-3, där 1 anger det alternativ som motiverar dig mest, 2 anger det alternativ som motiverar dig näst mest och 3 anger det alternativ som motiverar dig minst.

12) Vad motiverar dig mest, näst mest och minst att använda utrustning från Fritidsbanken?

	1.	2.	3.
Ekonomiska faktorer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljömässiga faktorer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociala faktorer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avslutande frågor

I följande del får du utvärdera effekterna av ditt lån från Fritidsbanken.

Det är möjligt att fylla i fler än ett alternativ om det finns flera alternativ som stämmer med din uppfattning. Om inget alternativ stämmer, väljer du alternativet "inget alternativ stämmer". Du har också möjlighet att fylla i ett eget alternativ.

13) * Lånet av utrustningen från Fritidsbanken har bidragit till att:

- Jag har köpt liknande utrustning
- Jag har blivit mer fysiskt aktivt (ex. börjat motionera mer eller gått med i en idrottsförening)
- Jag har blivit mer miljömedveten (ex. tänker mer på mina val innan jag konsumerar)
- Inget alternativ stämmer
- Annat

14) * Lånet av utrustningen från Fritidsbanken gör det mer sannolikt för mig i framtiden att:

- Jag kommer köpa liknande utrustning
- Jag kommer bli mer fysiskt aktiv (ex. börja motionera mer eller gå med i en idrottsförening)
- Jag kommer bli mer miljömedveten (ex. tänka mer på mina val innan jag konsumerar)
- Inget alternativ stämmer
- Annat

15) * Hur tror du att du hade gått tillväga om du inte fått möjligheten att låna utrustningen från Fritidsbanken?

- Jag hade köpt utrustningen
- Jag hade lånat utrustningen av en närstående
- Jag hade sökt mig till en annan idrott som inte krävt utrustningen
- Jag hade inte utövat den tilltänkta aktiviteten/idrotten
- Annat

16) * Hur troligt är det att du skulle rekommendera Fritidsbanken till andra personer i din omgivning?

- 1. Inte alls troligt
- 2.
- 3.
- 4.
- 5. Mycket troligt

17) * Hur troligt är det att du kommer låna utrustning från Fritidsbanken igen?

- 1. Inte alls troligt
- 2.
- 3.
- 4.
- 5. Mycket troligt

Tävling (frivillig)

I och med att du svarar på denna enkät har du möjlighet att vinna en av 10 entrébiljetter till Navet.

Vill du delta i denna tävling krävs att du svarar på följande fråga och lämnar ditt telefonnummer här

så att vi kan få tag i dig om du blir den lyckliga vinnaren. Ditt deltagande i tävlingen är helt valfritt.

Om du inte vill delta, klickar du på "skicka" för att skicka in dina svar.

18) Hur lång är den maximala utlåningstiden på Fritidsbanken?

Ditt svar på frågan:

Telefonnummer:

Appendix 2 – Operationalisering

Variabel	Stata	Enkätfråga	Adapterad referens
Ekonomiska motiv (yttre motivation, extern bestämmelse, enligt SDT)	<i>eko1</i> <i>eko2</i> <i>eko3</i> <i>eko4</i> <i>eko5</i>	Spara pengar Gynnar mig ekonomisk Skulle inte haft råd att köpa motsvarade i butik Undvika egna inköp Inte värt att investera i egen utrustning	Barnes & Mattson (2017); Hamari et al. (2016) Barnes & Mattson (2017); Hamari et al. (2016) Hawlitchek (2016); Tussyadiah (2016) Barnes & Mattson (2017); Hamari et al. (2016) Egenutformad – inspirerad av Gullstrand et al. (2016)
Miljömässiga motiv (inre motivation enligt SDT)	<i>milj1</i> <i>milj2</i> <i>milj3</i> <i>milj4</i> <i>milj5</i>	Viktigt att saker jag använder inte skadar miljön Idéen om delning är miljömässigt vänlig Mitt köpbeteende påverkas av min oro för miljön Ta icke-bekväma val som är mer miljövänliga Främja ett system där vi konsumerar mindre	Barnes & Mattson (2017); Bearden et al (2011); Tussyadiah (2016) Barnes & Mattson (2017); Bearden et al (2011); Hamari et al. (2016) Bearden et al. (2011) Egenutformad – inspirerad av Bearden et al. (2011) Hamari et al. (2016); Hawlitchek (2016); Möhlmann (2015)
Sociala motiv (yttre motivation, integrerad bestämmelse, enligt SDT)	<i>soc1</i> <i>soc2</i> <i>soc3</i> <i>soc4</i> <i>soc5</i>	Ger mig möjlighet att motionera Prova olika typer av sporter (brett sortiment) Känna social tillhörighet Utvidga min sociala erfarenhet Ger mig ett socialt inflytande	Egenutformad – inspirerad av Bearden et al. (2011) Hawlitchek (2016) Barnes & Mattson (2017); Hawlitchek (2016); Möhlmann (2015) Hawlitchek (2016); Tussyadiah (2016) Barnes & Mattson (2017); Hamari et al. (2016); Hawlitchek (2016)
Utfall	<i>utfall1</i> <i>utfall2</i> <i>utfall3</i> <i>utfall4</i>	Köpt liknande utrustning Har blivit mer fysisk aktiv Har blivit mer miljömedveten Inget alternativ stämmer	Utformade för denna studie
Nöjdhet	<i>rek</i> <i>ater</i>	Rekommendera FB till din omgivning Hur troligt det är att du lånar igen	Barnes & Mattson (2017) Barnes & Mattson (2017); Möhlmann (2015); Tussyadiah (2016)
Deltagande	<i>antal</i>	Hur många gånger har du lånat utrustning	

Appendix 3 – Regressionsanalys

	Ekonomisk	(p-värde)	Miljö	(p-värde)	Social	(p-värde)
Ålder	-0.008	(0.310)	0.002	(0.863)	-0.003	(0.701)
Annat kön	0.000	-	0.000	-	0.000	-
Kvinna	-0.691	(0.300)	-0.664	(0.386)	-0.726	(0.330)
Man	-0.886	(0.187)	-1.047	(0.174)	-0.739	(0.323)
Vill inte ange	-0.102	(0.896)	0.559	(0.530)	-1.071	(0.217)
2-5km	0.000	-	0.000	-	0.000	-
<1km	-0.051	(0.701)	0.134	(0.381)	0.323**	(0.031)
km>5	-0.082	(0.604)	-0.173	(0.341)	-0.130	(0.460)
Arbetar	0.000	-	0.000	-	0.000	-
Arbetsökande	-0.012	(0.973)	-0.202	(0.627)	-0.038	(0.926)
Föräldraledig	-0.428	(0.420)	1.677***	(0.006)	-1.022*	(0.085)
Pensionär	0.505	(0.147)	0.603	(0.132)	0.487	(0.210)
Sjukskriven	-0.784	(0.226)	0.130	(0.861)	0.921	(0.203)
Studerar	0.091	(0.582)	-0.201	(0.290)	0.000	(0.999)
Antal i hushåll	0.001	(0.990)	0.014	(0.768)	-0.033	(0.484)
Ja	0.000	-	0.000	-	0.000	-
Nej	-0.273	(0.120)	-0.184	(0.361)	-0.497**	(0.011)
Mig själv	0.000	-	0.000	-	0.000	-
Någon annan	-0.233	(0.145)	-0.062	(0.736)	-0.508***	(0.005)
B_0	4.658***	(0.000)	4.635***	(0.000)	4.248***	(0.000)
Justerad R^2	0.022		0.062		0.062	
*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01						

De tre olika motivationsfaktorerna utgör responsvariabeln och de demografiska variablerna utgör förklaringsvariablerna i regressionsmodellerna.

Appendix 4 – Multikolinjäritetsmatris

	Ålder	Kön	Hushåll	Barn	Distans	Sysselsätt.	Antal lån	Till vem
Ålder	1.0000							
Kön	-0.0030	1.0000						
Hushåll	0.0672	-0.0221	1.0000					
Barn	-0.1607	0.0842	-0.6360	1.0000				
Distans	0.1588	0.0384	0.1416	-0.0722	1.0000			
Sysselsätt.	-0.4760	0.0408	-0.1634	0.4084	-0.0137	1.0000		
Antal lån	-0.1103	0.0067	-0.0355	-0.0341	0.0230	0.0663	1.0000	
Till vem	0.5959	-0.0883	0.2305	-0.4450	0.0322	-0.4457	-0.0156	1.0000



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET