



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET

DELAD VÅRDNAD AV FÖRETAGSRESURSER

Hinder och drivkrafter till delningsekonomi mellan etablerade företag

Linn Lundkvist, Jessica Ögren

Enheten för företagsekonomi

Civilekonomprogrammet med inriktning mot Service Management

Examensarbete i företagsekonomi, 30 hp, VT 2020

Handledare: Thomas Biedenbach

Förord

Först och främst vill vi rikta ett stort tack till studiens uppdragsgivare Philip Näslund på Sharing Cities Sweden, som väckte vårt intresse för delningsekonomi och som genomgående har bidragit med sin kunskap till studien. En annan person som bidragit till studiens slutförande med sin tid och feedback, är vår handledare Thomas Biedenbach, vars expertis har tagit detta examensarbete ett steg längre. Vi är också väldigt tacksamma för respondenterna inom grossistföretagen, som var villiga att delta i denna studie och dela med sig av sin erfarenhet - utan er hade studien aldrig gått att genomföra. Vidare vill vi visa uppskattning för våra familjer och vänner som drivit oss när motivationen har sviktat och som hjälpt oss över de hinder som uppstått längs vägen. Tack för era upplysningar om att vi älskar ordet "således" lite för mycket och att ni tagit er tid att läsa igenom ända till sista sidan. Slutligen vill vi självfallet tacka varandra, för att vi alltid gjort vårt bästa och samtidigt haft roligt under tiden.

Vi gjorde det!

Handelshögskolan vid Umeå Universitet
2020-05-24

Linn Lundkvist

Jessica Ögren

Sammanfattning

En hållbar utveckling är något som numera eftersträvas i de flesta processer i samhället. Ett tillvägagångssätt till hållbar utveckling som utforskats i allt större utsträckning är delningsekonomi, innebärande att dela sina underutnyttjade resurser. På uppdrag av Sharing Cities Sweden, som arbetar med att främja delningsekonomi med utgångspunkt i de globala hållbarhetsmålen, har detta examensarbete avsikten att utforska delningens potential. En intressant aspekt inom delningsekonomi för att undersöka dess potential är att ta reda på vad som driver eller hindrar en aktör till att dela, där tidigare forskning främst har utgått från B2C och C2C kontext. Utifrån tidigare studier har vi lyckats identifiera ett forskningsgap i att det behövs mer forskning på etablerade företags hinder och drivkrafter till delning i en B2B kontext.

Detta har utmynnat i att syftet med denna studie är att undersöka potentialen att tillämpa delning av underutnyttjade resurser sinsemellan företag. För att studien ska bidra mer konkret har vi avgränsat den till att innefatta företag verksamma inom partihandel-/grossistbranschen i Umeå kommun. Vidare innefattar syftet att bidra till det forskningsgap vi identifierat i tidigare forskning, varför vi valt att utgå från följande forskningsfråga:

“Vilka hinder och drivkrafter existerar för en tillämpning av delningsekonomi hos etablerade företag i partihandel-/grossistbranschen utifrån en B2B kontext?”

Det teoretiska ramverket behandlar forskningen inom delningsekonomi, med ett fokus på tidigare uppmärksammade faktorer i B2C och C2C som påverkar till valet att dela. Dessa faktorer från sekundärdatan har sedan sammanställts i en modell. Därefter har vi kompletterat med insamling av primärdata i form av semistrukturerade intervjuer med grossistföretag, där intervjun inledningsvis utgått från en fråga om allmänna hinder och drivkrafter, följt av frågor om de specifika faktorerna från sekundärdatan.

Resultatet av empirin visar med hänsyn till modellen att ekonomi och trygghet är viktiga faktorer även i en B2B kontext, samt att miljömässiga-, sociala- och politiska faktorer hade en mindre påverkan mellan etablerade företag. Därutöver identifierades nya viktiga faktorer i en B2B, innefattande; hitta partner- och konkurrensfaktorer. Med utgångspunkt i resultatet, har modellen således reviderats efter faktorerna som hindrar och driver delning i en B2B. Studien visar att vissa av faktorerna främst innehar en roll som antingen ett hinder eller en drivkraft, samt att vissa faktorer kan inta båda dessa roller. Sammanfattningsvis ser vi utifrån de hinder och drivkrafter som identifierats, en potential för delning inom partihandel-/grossistbranschen. Slutligen har denna studie en möjlighet att bidra till både forskning, företag och samhälle, och på så sätt förhoppningsvis öka potentialen bland företag att börja dela sina underutnyttjade resurser.

Innehållsförteckning

1. <i>Introduktion</i>	1
1.1. Val av ämne	1
1.2. Problembakgrund	1
1.3. Teoretisk bakgrund och forskningsgap.....	4
1.4. Syfte och forskningsfråga	7
1.5. Förväntade bidrag & Avgränsningar.....	7
2. <i>Vetenskaplig metod</i>	9
2.1. Förförståelse.....	9
2.2. Ontologi	9
2.3. Epistemologi	10
2.4. Forskningsansats.....	11
2.5. Forskningsdesign och metod	12
2.6. Litteratursökning	13
2.7. Källkritik	14
3. <i>Teoretisk referensram</i>	16
3.1. Delningsekonomi	16
3.1.1. Delningsekonomi och hållbarhet.....	17
3.1.2. Delningsekonomin tillämpning av affärsmodeller.....	18
3.2. Delningsekonomin hinder och drivkrafter	22
3.2.1. Miljömässiga faktorer	22
3.2.2. Ekonomiska faktorer.....	24
3.2.3. Sociala faktorer.....	25
3.2.4. Politiska faktorer.....	25
3.2.5. Trygghetsfaktorer	26
3.3. Sammanfattning av teoretiskt ramverk	27
4. <i>Praktisk metod</i>	30
4.1. Kvalitativ datainsamling.....	30
4.1.1. Urvalsmetod	30
4.1.2. Struktur av intervju.....	32
4.1.3. Intervjuguide.....	33
4.1.4. Pilotstudie	34
4.1.5. Urvalsöversikt	35
4.1.6. Utförande av intervjuer	36

4.2.	Kvalitativ dataanalys.....	38
4.2.1.	Förberedelse av kvalitativ data	38
4.2.2.	Analysmetod och process.....	38
4.3.	Etiska överväganden.....	39
5.	<i>Empiri</i>	41
5.1.	Underutnyttjade resurser och potential för delning.....	41
5.2.	Miljömässiga faktorer	43
5.3.	Ekonomiska faktorer.....	43
5.4.	Sociala faktorer	45
5.5.	Politiska faktorer.....	46
5.6.	Trygghetsfaktorer	47
5.7.	Nyupptäckta faktorer för delning i en B2B.....	48
5.7.1.	Hitta partner faktorer	48
5.7.2.	Konkurrensfaktorer	49
5.8.	Sammanfattning av resultat	50
6.	<i>Analys och diskussion</i>	51
6.1.	Faktorerna som dominerar en B2B delning	51
6.1.1.	Viktigast av dem alla - ekonomiskt driv.....	51
6.1.2.	Ingen delning utan trygghet	52
6.2.	Faktorer med en diskret påverkan	54
6.2.1.	Miljöfaktorn som en bieffekt av delning	54
6.2.2.	Komplexiteten i den sociala faktorn.....	56
6.2.3.	Lyser med sin frånvaro - politiska faktorer.....	57
6.3.	Tillökning av delningsfaktorer	58
6.3.1.	Konsten i att hitta den rätte	58
6.3.2.	Lika barn leka sämst - konkurrensen i en B2B delning.....	59
6.4.	En B2B modell med hinder och drivkrafter till delning	59
7.	<i>Slutsatser</i>	61
7.1.	Studiens slutsats	61
7.2.	Studiens teoretiska bidrag.....	62
7.3.	Studiens praktiska bidrag	63
7.4.	Studiens samhällreliga implikationer.....	64
7.5.	Studiens begränsningar och framtida forskning	65
8.	<i>Sanningskriterier</i>	67
	<i>Referenser</i>	69

<i>Appendix</i>	72
Appendix 1: Intervjuguide	72
Appendix 2: Informationsmejl till respondenter	73
Appendix 3: Förklaring av viktiga begrepp till respondenter	74

Figurförteckning

- Figur 1. Grossisternas del av värdekedjan. 3.
Figur 2. Sharing Business Model Compass. 20.
Figur 3. Triangulär modell av drivkrafter för att delta i delningsekonomi utifrån vad som delas. 22.
Figur 4. Hinder och drivkrafter till delningsekonomi - skapad av författarna. 28.
Figur 5. Reviderad version av hinder och drivkrafter till delningsekonomi i en B2B - skapad av författarna. 59.

Tabellförteckning

- Tabell 1. Nyckelbegrepp vid litteratursökning. 14.
Tabell 2. Sammanfattning av intervjuer. 34.

1. Introduktion

Det inledande kapitlet innefattar valet av delningsekonomi som ämne, samt både den praktiska och teoretiska bakgrunden som visar på varför det är av intresse. Vidare presenteras även definitionerna av våra huvudkoncept, forskningsfråga och syfte. Avslutningsvis beskriver vi hur denna studie har avgränsats, samt vad den kommer ge för bidrag.

1.1. Val av ämne

Vi studerar civilekonomprogrammet med inriktning service management vid Umeå universitet där vi under åren läst kurser såsom affärsutveckling, entreprenörskap, organisation och ledarskap, för att bara nämna några. Med tiden har vi båda utvecklat ett gemensamt intresse för specifikt affärsutveckling, vilket har satt grunden för vårt val i det slutliga examensarbetet. Intresset för affärsutveckling kommer från vår vilja att ständigt förändra och förbättra, lösa problem och bidra med att nya möjligheter skapas. Vidare har hållbarhet varit ett återkommande inslag under vår utbildning och är för övrigt ett personligt intresse hos oss båda. Förutom detta, ser vi även att ämnet är aktuellt i tid och viktigt för samhället i stort. Att kombinera affärsutveckling och hållbarhet blev därför det naturliga valet för oss som inriktning i examensarbetet.

I och med vårt intresse av praktiska problemlösningar blev också valet av uppsatstyp självklart - att skriva på uppdrag. Under sökningsprocessen av passande uppdrag fann vi Sharing Cities Sweden, ett nationellt initiativ för delningsekonomi i olika städer - något som helt matchade våra önskemål. Mer om Sharing Cities Sweden återfinns i problembakgrunden och beskrivning av uppdraget finns att läsa i syftet.

1.2. Problembakgrund

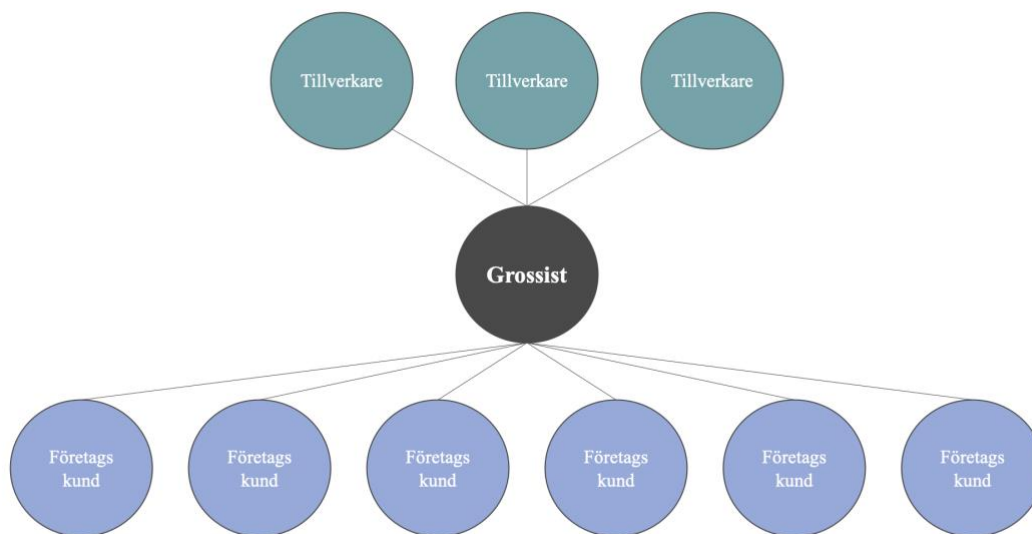
År 1972 ägde den första internationella miljökonferensen rum i FN:s regi efter världssamfundets rädsla i insikten av ett globalt problem - utvecklingen av bland annat nedsmutsning av luft, jord och vatten. I samband med konferensen diskuterades hållbar utveckling, ett begrepp som år 1987 etablerades när FN gav i uppdrag till Världskommissionen att lyfta denna globala problematik. Till följd av uppdraget presenterades därefter Brundtlandrapporten, som hävdar att utveckling och tillväxt måste äga rum på miljöns villkor och att en överexploatering av naturresurser skulle innebära storartade konsekvenser (FN-förbundet, 2020).

Hållbarhetsbegreppet och dess innebörd fick således stor betydelse och har fortsatt blivit allt viktigare för samhällen och på global nivå. FN har som exempel skapat utvecklingsprogram existerande i 170 länder i syfte att nå 17 globala mål ägnade för att minimera ett antal världsliga problem; fattigdom, ojämlikheter och klimatkrisen, samt kämpa för fred och rättvisa. För att nå målen är hållbar utveckling ett av de tre fokusområden som nämns (UNDP, 2020a). Här krävs det att länder och alla delar av samhället deltar i processen, inkluderat organisationer och näringsliv, offentlig sektor samt enskilda individer (UNDP, 2020b). På nationell nivå innebär det således att diverse initiativ bör vidtas i syfte att bidra till att nå dessa mål och bekämpa de problem som ligger i grunden.

Ett sådant initiativ är det nationella programmet Sharing Cities Sweden, som är en del av innovationsprogrammet Viable Cities med det övergripande målet om att skapa smarta, hållbara städer (Sharing Cities Sweden, 2020). Sharing Cities Sweden behandlar de globala målen med syftet att stödja en hållbar utveckling inom både ekonomi, samhälle och miljö (Umeå Kommun, 2019). Deras vision är att Sverige ska ligga i framkant gällande arbetet med främjande av delningsekonomi (Sharing Cities Sweden, 2020), vilket betyder möjligheter att kunna hyra, dela eller byta resurser mellan varandra som ett ekonomiskt alternativ. Deras uppdrag består till stor del av att utforma testbäddar för delningsekonomi i städerna Göteborg, Malmö, Stockholm och Umeå (McCormick & Leire, 2019, s. 5), varefter vår uppsats kommer skrivas med Umeå som utgångspunkt.

Ett av målen i Umeå Kommuns översiktsplan är att Umeå ska bli en stad som gynnar en hållbar utveckling (Umeå Kommun, 2018, s. 14), vilket visar på att det finns ett behov och en önskan om att utveckla hållbara strategier inom staden. Sharing Cities Sweden har ett fokusområde i Umeå som berör resurseffektivitet (McCormick & Leire, 2019, s. 6), eftersom de har uppmärksammat att många företag inte utnyttjar sina resurser fullt ut. Företags underutnyttjade resurser diskuteras vidare i Ivl Svenska Miljöinstitutets rapport om delnings potential (2019, s. 4) och ger exempel på kontorslokaler som endast utnyttjas i snitt till 10 procent. I och med att det byggs nya kontorsytor på 418 000 kvadratmeter per år, leder det bristande resursutnyttjande av företag till en onödig negativ påverkan på miljön. Vidare ger de även exempel på bilar och verktyg som resurser vilka sällan utnyttjas till fullo (Ivl Svenska Miljöinstitutet, 2019, s. 8). Delningsekonomi skulle kunna vara en lösning som ger motsatt effekt; en positiv klimatpåverkan, samt andra hållbarhetsvinster såsom ekonomisk tillväxt, jobbskapande och social samhörighet (Ivl Svenska Miljöinstitutet, 2019, s. 3). Här har näringslivet både ett ansvar men också stora möjligheter att bidra till hållbarhet i samhället då det innefattar aktörer med mycket makt att påverka och förändra processer (WCED, 1987, s. 8).

En flexibel bransch med stark potential till att anpassa sig efter ett samhälle under förändring, är partihandel-/grossistbranschen (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 12). Dessa aktörer genomsyrar både ekonomin i stort genom att erbjuda flertalet varor och tjänster inom olika sektorer, men har också en bärande funktion i den lokala ekonomin i att stötta lokala företag och erbjuda dem hållbara och optimerade leveranskedjor (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 7). Som det demonstreras i figur 1, agerar en grossist som mellanhand i värdekedjan mellan tillverkare och företagskund (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 6).



Figur 1. Grossisternas del av värdekedjan.

Källa: Baserad på EuroCommerce for retail & wholesale (2020, s. 25).

Branschen anses vara dynamisk eftersom den består av mindre aktörer som är vana vid optimeringsprocesser (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 12), samt på grund av den starka potentialen som finns inom teknologi och innovation (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 14). Partihandel-/grossistbranschen möter en mängd olika utmaningar idag att anpassa sig efter med dessa verktyg, såsom en utveckling inom digitalisering, hållbarhet och industriella ekosystem (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 16). Sådana utmaningar kan med stöd av beslutsfattare lättare uppnås, främst genom att tillsätta sektorsspecifik lagstiftning för att grossisterna ska övervinna de regelmässiga hinder som kan tillkomma vid en eventuell applicering av delning (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 31). Exempelvis finns det nationella lagar som medför att tjänster som utförs med krav på en gentjänst ska beskattas från den första kronan (Skatteverket, 2020).

Detta tyder på att branschen måste försöka investera i nya lösningar och utveckla nya affärsmodeller för att förhålla sig till dessa trender (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 16). Exempel på hållbara initiativ som tagits, är att förändra transportsystemen till att innefatta tjänster av delad transport och optimering av logistiken i dessa processer (EuroCommerce for retail & wholesale, 2020, s. 19). Således har aktörer redan visat att hållbara, innovativa lösningar är vägen framåt inom branschen och har en vana av att optimera resurser och aktiviteter för sina kunder. Detta faktum anser vi visar att denna bransch har stora möjligheter till att applicera delningsekonomi som ett hållbart verktyg i att möta utmaningarna tillsammans med sina branschkollegor.

Sammanfattningsvis ser vi en tydlig gemensam problematik på tre plan; global och nationell nivå, samt i näringslivet. Problemet grundar sig i den hotade hållbara utvecklingen som ger upphov till flertalet globala konsekvenser och som därför lett till uppkomsten av de globala hållbarhetsmålen. Världens länder både bidrar till och påverkas av konsekvenserna och måste därför på nationell nivå arbeta för att motverka dessa, vilket Sverige försöker i vårt exempel av initiativ - Sharing Cities Sweden. Här vill man testa

delningsekonomin möjligheter att bidra till hållbarhetsmålen, där näringslivet kan vara den mest passande aktören i frågan då de innehar ett stort antal underutnyttjade resurser. Slutligen har vi identifierat partihandel-/grossistbranschen som en intressant och aktuell bransch att undersöka i koppling till delningsekonomi inom näringslivet. Med det sagt, kommer vi fortsätta granska delningsekonomi mellan grossistföretag med anledning av den ovan nämnda problematiken.

1.3. Teoretisk bakgrund och forskningsgap

I detta avsnitt kommer vi börja med att definiera några utvalda begrepp som är relevanta för förståelsen i vår studie; hållbarhet och hållbar utveckling, delningsekonomi och business to business. Därefter kommer vi visa på tidigare forskning inom dessa ämnen. I en kartläggning av begreppen hållbarhet och hållbar utveckling, har Du Pisani (2006, s. 91) beskrivit hållbarhet som ett tillstånd som kan upprätthållas på obestämd tid. Hållbarhet har därefter tillkommit i diskussioner om utveckling då man insåg att utveckling måste ske med hänsyn till jordens resurser. Som tidigare nämnt har detta främst berörts inom FN-rådets väggar, där det sammansatta begreppet hållbar utveckling framkommit (Du Pisani, 2006, s. 91-92).

Detta leder oss vidare in på den tidigare nämnda Brundtlandrapporten (WCED, 1987), vilken presenterar en definition av hållbar utveckling som är både välkänd och välanvänd; *”En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov”* (WCED, 1987, s. 41). Definitionen förklarar således att nuvarande och framtida generationers behov uppfylls genom en hållbar utveckling. En sådan utveckling bör därav värna om ekonomisk tillväxt, förbättrade mänskliga förhållanden och bibehållande av vår miljö. Med andra ord innefattar hållbar utveckling dimensionerna ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet (Du Pisani, 2006, s. 92). Vidare i uppsatsen har vi valt att utgå från dessa definitioner av hållbarhet och hållbar utveckling, eftersom dessa är vanligast och allmänt kända.

För att fortsätta på samma spår är det värt att nämna Heinrichs (2013, s. 231) artikel som visar en potentiell väg till hållbar utveckling; delningsekonomi. Anledningen är att delningsekonomi har möjlighet att beröra alla de tre områden som diskuterats; den ekonomiska, sociala och miljömässiga (Heinrichs, 2013, s. 228). Detta är något som även Botsman och Rogers (2010, s. xv-xvi) antyder när de pratar om att delad konsumtion leder till att resurser utnyttjas i större utsträckning, vilket kan gynna miljön. Av den anledningen betonar Botsman & Rogers (2010, s. 83) det viktiga i att kunna identifiera de underutnyttjade resurserna, samt komma underfund med hur de kan användas på ett bättre sätt genom delning.

Vi har därför undersökt innebörden av delningsekonomi där det i dagsläget inte finns någon universell definition. Det blir tydligt att vissa definitioner inom paraplybegreppet delningsekonomi överlappar varandra, varför det behövs ett klagörande om vad det innebär i denna uppsats. Somliga använder uttrycket “delad konsumtion”, vilket har definierats som både *“traditionell delning, byteshandel, utlåning, handel, uthyrning, gåvor och byten...”* (Botsman & Rogers, 2010, s. xv). Denna definition är emellertid ganska bred eftersom den inkluderar allt ifrån att dela till att ge bort. Belk (2014, s. 1596) å andra sidan beskriver “delning” och “delad konsumtion” på ett tydligare sätt. Delning beskrivs som handlingen att låta andra ta del av något man själv äger och att man själv

får använda andras ägodelar (Belk, 2007, s. 127), samt att delad konsumtion skildras som att man anskaffar och förbrukar en resurs gemensamt för någon form av kompensation (Belk, 2014, s. 1597).

I vår egen definition av delningsekonomi har vi utgått från diskussionen ovan och valt att innefatta det grundläggande i att man *delar* något, att det sker någon form av *kompensation*, samt att delningen innefattar *underutnyttjade resurser*.

“Delning av underutnyttjade resurser mellan aktörer mot någon form av kompensation.”

Eftersom vår problembakgrund mynnat ut i näringslivet och mer specifikt partihandel-/grossistbranschen som en relevant aktör för delningsekonomi, är det fortsättningsvis viktigt att förstå vilka konstellationer som finns. Business to business (B2B) är ett vedertaget begrepp och kontext som beskriver en affärsmässig samverkan mellan två företag (NE, 2020). När det gäller specifikt delningsekonomi kopplat till B2B handlar det om att skifta från ägande av resurser till att ha tillgång till resurser sinsemellan företag (Slagen, 2014). Andra liknande koncept mellan intressenter innefattar C2C som betyder consumer to consumer och B2C, med andra ord business to consumer (Möhlmann, 2015, s. 193).

Vidare har vi fortsatt studerat tidigare forskning inom de ämnen som vi definierat ovan. Här har forskning om hållbarhet och delningsekonomi varit i centrum och vi har tidigare nämnt Heinrich (2013) och Botsman & Rogers (2010) som exempel på forskare som undersökt delningsekonomi som en potentiell hållbar lösning. Förutom dem är det även värt att nämna Mi och Coffman (2019, s. 2) som drar liknande slutsatser om denna potential med fokus på olika aktörer såsom regering och företag. Författarna argumenterar bland annat för att en delningsekonomi innefattande dessa aktörer har en positiv inverkan på miljön i och med att det totala behovet av resurser kan reduceras och således minska mängden föroreningar (Mi & Coffman, 2019, s. 1).

Däremot finns det även forskare som är aningen mer skeptiska mot delningens hållbara potential. Ciulli & Kolk (2018, s. 1004) gör flertalet litteraturgranskningar och ger exempel på negativa hållbarhetsaspekter som kan uppstå vid applicering av delningsekonomi. De nämner bland annat att tillfälliga anställningsformer kan ersätta permanent arbetskraft, vilket kan påverka arbetsförhållanden negativt. Därför anser de att man inte bör ta för givet att delningsekonomi är en garanterad hållbar lösning och att det snarare beror på typ av delning och i vilket sammanhang det sker (Ciulli & Kolk, 2018, s. 1007).

Vi anser att delningsekonomi tillsammans med hållbar utveckling är väl utforskat och av den anledningen kommer vi vidare inte undersöka hur dessa ställer sig i relation till varandra. Däremot kommer vi att stödja oss i det potentiella värde som en delningsekonomi kan innebära i termer av hållbarhet. Vi anser att kritiken nämnt i stycket ovan inte är riktad specifikt mot den hållbara potentialen för delningsekonomi, utan snarare belyser att det både finns möjligheter och oklarheter i hur den faktiskt bidrar. Med det sagt drar vi slutsatsen att samtliga forskare som vi tidigare berört, är överens om att det finns en potential för hållbarhet, ett faktum som vi fortsättningsvis väljer att ta fasta på.

Vidare har vi valt att undersöka delningsekonomin och dess samverkan mellan olika aktörer, där vi sett vilka relationer tidigare forskning studerat främst. Det framkom att forskningen kring delningsekonomi mestadels utgått från C2C och B2C kontext och några vanligt nämnda företag är Uber och Airbnb som tas upp av exempelvis Plewnia & Guenther (2018, s. 570). Dessa företag används även flitigt som utgångspunkter i studier, såsom exempelvis Zervas et al. (2017) vilka undersöker Airbnbs verksamhet, eller Ertz & Sarigöllü (2019) som berör Uber. Delningsekonomi inom B2B är å andra sidan mindre vanligt i samhället men likväl på uppgång och ett framgångsrikt exempel är företaget WeWork som förser entreprenörer med delade lokaler (Slagen, 2014). Forskningen kring delningsekonomi i B2B är dock bristfällig, vilket Heinrichs (2013, s. 229) stödjer i sin artikel. Där trycker han på vikten i att uppmärksamma relationen mellan företag snarare än mellan kunder eller företag och slutkunder.

Vi har även undersökt i vilka miljöer som delningsekonomi blivit forskat kring, där vi har noterat att flertalet forskare nämner digitala plattformar. Rauch & Schleicher (2015, s. 903) nämner exempelvis att företag endera hyr ut produkter och tjänster eller så skapar de en plattform som gör det möjligt för användare att låna mellan varandra. Zervas et al. (2017, s. 687) har i sin undersökning om delningsekonomi fokuserat främst på plattformar som verktyg och förklarar att den tekniska utvecklingen är den största anledningen till att den typ av användning ökat. Vi anser att digitala plattformar är väl utforskat kopplat till delningsekonomi. Detta är därför inget vi kommer undersöka närmare men vi finner det vara värdefull information för att förstå delningsekonomin i praktiken.

Fortsättningsvis har vi sett att flertalet forskare har granskat affärsmodeller anpassade för delningsekonomi. Detta anser vi tyder på att delning har en stor inverkan på affärsmodellens utformning och således något viktigt att ta hänsyn till i vår studie. Ett fåtal studier har undersökt hur affärsmodeller är anpassade efter delning för just etablerade företag (Ciulli & Kolk, 2018; Kathan et al., 2016). Resultatet från bägge dessa studier visar på att vissa specifika komponenter bör förändras men att företag även kan skapa nya lösningar och modeller på sidan av den befintliga affärsmodellen (Ciulli & Kolk, 2018, s. 1004; Kathan et al., 2016, s. 668). Dock är de flesta framtagna affärsmodeller för delning lämpade för främst B2C och C2C kontexter (Choi et al., 2014, s. 626), vilket ytterligare visar på avsaknad forskning i en B2B kontext inom delning. Choi et al. (2014) har därför valt att undersöka delning mellan just företag och menar att vilka typer av resurser, aktiviteter och samarbeten som ingår i en delningslösning är något som bör framkomma i en B2B affärsmodell (Choi et al., 2014, s.631). För att hjälpa företag i vilken riktlinje man bör följa i skapandet av en affärsmodell för delning, finns det vidare forskare som utvecklat ramverk som ska fungera för olika företagskontexter, inklusive B2B (Muños & Cohen, 2018, s. 116).

Ciulli & Kolk (2018, s. 1007) hävdar vidare att det även bör forskas mer på vilka faktorer som påverkar huruvida etablerade företag väljer att träda in i delningsekonomin eller inte. Drivkrafter till delning som framkommit från tidigare studier inkluderar exempelvis miljömässiga, sociala och ekonomiska faktorer (Böcker & Meelen, 2016, s. 36). Gällande vad som kan avgöra att man avstår delning, har exempelvis May et al. (2017, s. 17) funnit inflytelserika hinder såsom en brist på tillit till andra och lagar och regler. En annan intressant studie på hinder och drivkrafter till delning av Möhlmann (2015, s. 200-201) innefattar en undersökning om Car2go i en B2C kontext, samt en om Airbnb i en C2C kontext. Resultatet visar att faktorerna nytta, tillit, kostnadsbesparingar, förtrogenhet, tjänstekvalitet och samhällsgemenskap hade en påverkan på ens beslut, men att det skiljde

sig mellan de två kontexterna. Vi anser att detta återigen visar på att det kan vara intressant att utforska en annan kontext för att se vad som påverkar till delning.

Såsom vi har visat på genomgående i denna teoretiska bakgrund finns det ett gap inom forskningen kring delningsekonomi från en B2B kontext. Därutöver har vi även identifierat ett forskningsgap beträffande att studera etablerade företag inom ämnet och slutligen finner vi hinder och drivkrafter till delning som en utforskad inriktning inom de koncept vi nämnt ovan. Då tidigare forskning visat på att just hinder och drivkrafter kan skilja sig åt mellan olika kontexter, blir det relevant att undersöka om det finns andra faktorer som påverkar till delning i just en B2B-kontext.

1.4. Syfte och forskningsfråga

Sharing Cities Sweden är ett projekt grundat på ett nationellt initiativ i syfte att arbeta mot de globala hållbarhetsmålen. Med utgångspunkt i delning som en hållbar lösning, kommer vi att arbeta på uppdrag från dem i syfte att undersöka potentialen hos företag verksamma inom Umeå kommun att tillämpa delningsekonomi på deras underutnyttjade resurser. Utöver uppdragets preferenser har vi valt att inrikta syftet utefter identifierade forskningsgap.

Studien kommer således att utgå från delningsekonomin potentiella applicering i en B2B kontext. Vi vill vidare att vår datainsamling ska ske från etablerade företag för att studera möjligheten för dem att utveckla en delningsekonomi, där vi valt att studera företag inom en och samma bransch för att få en mer korrekt uppfattning om förutsättningarna. Det innebär att vi kommer undersöka delning sinsemellan aktörerna i branschen. Tillsammans med Sharing Cities Sweden har vi kommit fram till partihandel-/grossistbranschen, eftersom vi i problembakgrunden kommit fram till att det är en bransch med stora möjligheter till delning.

Slutligen vill vi identifiera potentialen och förutsättningarna för denna bransch genom att studera vilka hinder och drivkrafter som finns till att delta i en delningsekonomi. För att uppfylla syftet kommer vi utgå från följande forskningsfråga;

“Vilka hinder och drivkrafter existerar för en tillämpning av delningsekonomi hos etablerade företag i partihandel-/grossistbranschen utifrån en B2B kontext?”

1.5. Förväntade bidrag & Avgränsningar

Beträffande de förväntade bidrag vår studie hoppas erbjuda, syftar de teoretiska bidragen till att först och främst utveckla teorin inom vårt övergripande ämne - delningsekonomi associerat med en hållbar utveckling. Vidare förväntas studien fylla de forskningsgap vi har kommit fram till, med andra ord forskning på delningsekonomi från en B2B kontext, med betoning på etablerade företags hinder och drivkrafter till delning.

Fortsättningsvis förväntar vi oss att studien kommer att bidra praktiskt både för samhället, vår uppdragsgivare Sharing Cities Sweden och för företag. Vi hoppas inspirera fler företag till att skapa samarbeten och applicera delning sinsemellan för att utnyttja resurserna bättre, vilket bidrar till en hållbar utveckling för såväl näringsliv och samhälle. Studiens resultat förväntas även kunna tillämpas av andra aktörer i samhället för att främja en förändring. Detta skulle exempelvis kunna ske i form av att regeringen skapar

bättre förutsättningar för näringslivet att använda delning, genom att exempelvis minska på de hinder vi kommer fram till. Slutligen eftersträvar vi att resultatet och insikterna det frambringar ska kunna användas och appliceras av Sharing Cities Sweden i sina testbäddar runtom i Sverige.

Slutligen har vi valt att avgränsa vår studie, både för att det ska vara möjligt för oss att få tag i respondenter och hinna genomföra undersökningen under avsatt tid, men också för att enklare frambringa ett mer konkret bidrag. Studien har således avgränsats på tre olika plan, innefattande; en geografisk avgränsning till staden Umeå, en avgränsning av aktörer till näringslivet och avslutningsvis en begränsning av bransch med fokus på partihandel-/grossist.

2. Vetenskaplig metod

I följande kapitel kommer vi motivera våra metodval för denna studie. Det inleds med våra egna förståelser inom ämnet och därefter presenteras vår syn på verkligheten och godtagbar kunskap. Vidare argumenterar vi för val av forskningsansats och metod, samt beskriver tillvägagångssättet vid sökning av relevant litteratur. Avslutningsvis diskuterar vi vikten av att kritiskt granska denna litteraturen.

2.1. Förförståelse

Värderingar återfinns på flertalet områden i en forskningsprocess och speglar forskarens åsikter och känslor (Bryman & Bell, 2017, s. 60). När man pratar om värderingar inom forskning brukar man referera till axiologi, vilket betyder vilken roll dessa värderingar kan spela i studien (Saunders et al., (2016, s. 128). Sympati för respondenter kan exempelvis utvecklas under förloppet, vilket kan skapa känslor hos forskare som påverkar studiens utfall (Bryman & Bell, 2017, s. 61). Det är dock inte möjligt för forskare att vara fullständigt värderingsfria och därför bör dessa värderingar istället konkretiseras i studien. Tidigare kunskap, erfarenheter och attityder är något primärt att belysa då dessa faktorer påverkar både *hur* och *vad* man uppfattar i sin forskningsprocess (Bryman & Bell, 2017, s. 62). Saunders et al. (2016, s. 128) hävdar även att ett konstaterande av personliga värden kan höja ens egna förståelse för varför man drar en viss slutsats, eller till och med varför man studerar ett visst ämne.

Saunders et al. (2016, s. 32) menar att det är fördelaktigt att forska inom ett ämne som man har tidigare kunskap om. När det gäller vår egen kunskap besitter vi båda gemensam erfarenhet från civilekonomprogrammet och vår inriktning service management. Som vi tidigare nämnt har programmet genomsyrats av hållbarhet vilket har gett oss en viss förkunskap inom det ämnet. Gällande affärsutveckling hade Ögren det som fokus på sin praktikplats under sjätte terminen, där hon fick hjälpa ett företag att utveckla ett utbildningsprogram för deras medlemmar. Vidare hade Lundkvist affärsutveckling som huvudämne under den sjunde terminen, där hon exempelvis hjälpte ett företag att utvecklas strategiskt för att kunna nå nya marknader. Förutom kunskap har det även vuxit fram ett starkt, gemensamt intresse för dessa två ämnen, något som kan påverka våra värderingar i studien. Dock anser vi att förkunskaperna kan vara av nytta för att förstå processen av företagsutveckling och vikten i att det sker på ett hållbart vis.

Vidare står vi dock relativt nya inför delningsekonomi, ett begrepp som vi inte var bekanta med sedan innan. Dock har vi båda bevittnat delning i olika former under våra uppväxter i mindre städer, där vi exempelvis sett att verktyg eller till och med maskiner lånats ut mellan grannar och vänner. Vi har även nyttjat diverse delningstjänster såsom Uber och Airbnb innan, vilket gett oss en uppfattning om delning i praktiken. Vi anser oss därför besitta en enklare förkunskap inom ämnet som hjälper oss förstå delningens funktion i praktiken.

2.2. Ontologi

Med ontologi menas vad forskarna har för verklighetssyn, vilket är viktigt att återge eftersom det påverkar hur studien genomförs (Saunders et al., 2016, s. 127). Ontologi innefattar två olika synsätt, vilka skiljer sig åt beroende på huruvida verkligheten ses som en yttre verklighet eller som något som påverkas av ens handlingar och uppfattningar.

Det första synsättet kallas objektivism och innebär att verkligheten är oberoende av sociala aktörer, eller med andra ord; man ser verkligheten som något man inte kan påverka (Bryman & Bell, 2017, s. 52–53). I händelse av att exempelvis företagsledningar studeras, innebär det objektivistiska synsättet att alla företags ledningsgrupper opererar i det stora hela på samma sätt. Därtill skulle forskarna behöva bortse från tidigare erfarenheter utav chefer eller ledningsgrupper för att inte låta det påverka deras slutsatser (Saunders et al., 2016, s. 129).

Det andra synsättet kan benämnas konstruktionism (Bryman & Bell, 2017, s. 53), alternativt subjektivism (Saunders et al., 2016, s. 128). Det innebär att verkligheten ses som något som påverkas av sociala aktörer och är därför en verklighet som ständigt förändras (Bryman & Bell, 2017, s. 52-53). Ur detta perspektiv är forskaren därför främst intresserad av aktörers olika åsikter inom ett valt ämne; till exempel om en studie syftar till att skapa förståelse för konsumenters köpmotiv, skulle forskaren fokusera på de olika konsumenternas verkligheter (Saunders et al., 2016, s. 130-131).

Vårt syfte är att undersöka företags hinder och drivkrafter till att utveckla delningsekonomi som en hållbar lösning. Om vi antar ett objektivistiskt synsätt skulle det innebära att vi inte tror att företag kan utvecklas till att applicera detta, eftersom hinder och drivkrafter skulle ses som något utanför företagets förmåga att påverka. Vi bedömer att det kan leda till att vårt syfte och vår slutliga, bidragande kunskap blir meningslös och därför anser vi att objektivismen inte passar vår studie. Konstruktionism å andra sidan skulle innebära att vi tror på företagets förmåga att påverka sin verklighet, vilket passar vår studie bättre. Något som också ligger som grund i konstruktionismen är intresset för aktörers åsikter, vilket stämmer överens med vårt syfte att undersöka flertalet företag och efterfråga samtligas hinder och drivkrafter till delningsekonomi. Detta stärker vår argumentation om att konstruktionismen är det rätta för oss.

2.3. Epistemologi

Med epistemologi menas huruvida en kunskap kan ses som godtagbar kunskap. Inom epistemologi tar man ståndpunkt till ifall naturvetenskapliga principer kan följas eller inte när man studerar den sociala verkligheten. Naturvetenskapliga principer innebär bland annat att forskningen ska vara värderingsfri, att hypoteser skapas och prövas och att grunden för forskningen rör lagmässiga regelbundenheter. Det första synsättet inom epistemologi kallas positivism och gör antagandet att det är möjligt att applicera naturvetenskapliga principer på studieobjekt från den sociala verkligheten (Bryman & Bell, 2017, s. 47).

Det andra synsättet kallas interpretivismen eller tolkningsperspektivet. Interpretivismen gör skillnad på studier kring människor i den sociala verkligheten och naturvetenskaplig forskning (Bryman & Bell, 2017, s. 49). Interpretivismen menar att viktiga insikter går förlorade när man använder naturvetenskapliga principer för att generalisera en allt för komplex verklighet. Kunskapsgenerering inom interpretivismen handlar snarare om att skapa nya tolkningar och förståelser av olika sociala sammanhang (Saunders et al., 2016, s. 140). Inom detta synsätt finns det inriktningar som tänker olika kring hur man på lämpligt sätt kan samla in vad respondenterna finner meningsfullt. Inriktningen symbolisk interaktionism hävdar att observation av möten mellan människor är det viktiga, medan hermeneutiken menar att fokus bör ligga på föremål såsom symboler, texter och bilder. Slutligen finner inriktningen fenomenologi att människors erfarenhet,

med andra ord deras egna tolkningar av upplevelser, är det som bör stå i centrum (Saunders et al., 2016, s. 141).

En tillämpning av det positivistiska synsättet och därmed naturvetenskapliga principer skulle skapa en väldigt förenklad bild av grossistföretagens hinder och drivkrafter utifrån de faktum att det är en komplex och social verklighet som studeras. Vi anser det därför svårt att generera godtagbar kunskap i och med kravet på lagmässiga regelbundenheter och att vara helt värderingsfri i processen, något som vi diskuterat tidigare i vår del om förförståelse. Istället lämpar sig det interpretivistiska synsättet bättre och är därför den epistemologiska inriktning vi väljer. Detta eftersom vårt syfte är att studera delningsekonomin potential hos företag inom en viss bransch, vilket enligt oss handlar om att skapa förståelse om ett socialt sammanhang och tolka de involverades verklighet. Vidare är inriktningen fenomenologi inom interpretivismen med fokus på erfarenheter, den som stämmer med vår studies syfte att förstå företagets syn på vilka hinder och drivkrafter som finns, vilket stärker vårt val av detta synsätt.

2.4. Forskningsansats

Forskningsansatsen syftar till det angreppssätt studien tillämpar för teoriutveckling, således vilken roll teorin spelar i forskningen (Bryman & Bell, 2017, s. 42). Två motpoler brukar nämnas, varav den ena är en deduktiv forskningsansats innefattande en process av hypotesprövningar för att kunna förena teori med praktiken. Med andra ord innebär den deduktiva processen att forskarna skapar hypoteser utifrån teori, något som kan bekräftas eller förkastas efter insamling och resultat av data (Bryman & Bell, 2017, s. 42-43; Saunders et al., 2016, s. 145). Vidare karaktäriseras en deduktiv forskningsansats av att förklara samband mellan enkelt utformade koncept, vilket gör det genomförbart att mäta datan. Slutligen krävs det även en strukturerad metodik för att gynna replikationer och ett omsorgsfullt utvalt urval för att studien ska kunna generaliseras (Saunders et al., 2016, s. 146-147).

Den andra forskningsansatsen benämns som induktiv och inom detta angreppssättet skapas istället teori som ett resultat från en datainsamling (Bryman & Bell, 2017, s. 45; Saunders et al., 2016, s. 145). Noggrannare formulerat innebär det att datainsamling används för att skapa en större förståelse för studieobjektet, samt för att kunna hitta gemensamma teman som kan resultera i ett teoretiskt ramverk (Saunders et al., 2016, s. 145). Vidare kännetecknas en induktiv forskningsansats av att vara mindre strukturerad för att kunna upptäcka andra möjliga förklaringar samt att det läggs ett större fokus på studiens kontext (Saunders et al., 2016, s. 147).

Utifrån den typen av studie vi vill genomföra, anser vi det passande med inslag av både en deduktiv och induktiv ansats. Dels deduktiv eftersom vi vill ha möjligheten att utgå från tidigare teori om hinder och drivkrafter till delningsekonomi och undersöka deras värde i just vår studie och kontext. Eftersom vårt syfte och forskningsfråga ägnar att studera företag som kanske inte är bekanta med delningsekonomi eller har kunskap i ämnet, kan empirin komma att bli begränsad med endast induktiva inslag. Med en deduktiv ansats anser vi oss ha en bredare grund att utgå ifrån vid datainsamlingen eftersom vi då kan beröra fler ämnen, vilket kan underlätta för företag med bristande kunskap att utveckla en tankegång kring vårt ämne. Dock innebär detta inte en applicering av en strikt deduktiv ansats där vi testar hypoteser och samband, eftersom vår forskningsfråga har en bred utformning och inte ämnar pröva faktorers korrelation. Detta

är en anledning till varför vi ser en komplettering av induktiva inslag som passande för vår studie. Dessutom med tanke på den brist på studier vi funnit inom B2B, anser vi det relevant att undersöka nya faktorer i just denna kontext. Detta tillvägagångssättet stämmer bättre överens med en induktiv forskningsansats, där vi kan bidra till att utveckla ämnet med teoriskapande utifrån vårt resultat. I och med att det också placeras ett stort fokus på partihandel-/grossistbranschen i vår studie, framhålls en applicering av en delvis induktiv ansats, som kännetecknas av att betona studiens kontext.

2.5. Forskningsdesign och metod

En studies forskningsdesign visar processen av hur forskningsfrågan kommer att besvaras, såsom; hur och var data kommer samlas in och hur den ska analyseras (Saunders et al., 2016, s. 163). Saunders et al. (2016, s. 174) nämner följande fyra olika typer av syfte med ens forskningsdesign; utforskande, beskrivande, förklarande och utvärderande. Utforskande forskning kan användas när forskningsfrågan är utformad i syfte att skapa en större förståelse för ett fenomen, och passar specifikt när ett ämne är i behov av att förtydligas (Saunders et al., 2016, s. 174-175). Beskrivande forskning syftar till att etablera en noggrann beskrivning av exempelvis en situation och forskaren behöver därför ha en klar bild över fenomenet som utforskas (Saunders et al., 2016, s. 175). Fortsättningsvis är förklarande forskning mest lämpad för studier ämnade för att skapa orsaks-samband mellan variabler, medan utvärderande forskning syftar till att utvärdera hur bra ett fenomen fungerar (Saunders et al., 2016, s. 176).

Syftet med denna studie är varken att åstadkomma en noggrann beskrivning av eller att skapa samband mellan variabler, varför varken den beskrivande eller förklarande forskningsdesignen passar för vår studie. Vidare är det inte heller vår avsikt att utvärdera ett fenomenens duglighet, varför vi inte kommer applicera en utvärderande forskningsdesign. I och med att vår forskningsfråga eftersträvar en större förståelse inom ett ämne och kontext, anser vi att vår studie bör anta en utforskande forskningsdesign. Som vi tidigare visat på är ämnet även tämligen utforskat, vilket ytterligare styrker vårt val.

Vidare pratar man inom forskning om kvantitativa och kvalitativa forskningsmetoder. En kvantitativ forskningsmetod kopplas vanligtvis till ett deduktivt synsätt med fokus på att testa teori i och med hypotesprövning. Den innebär också att strategier inom positivismen appliceras och slutligen existerar en ontologisk inriktning mot objektivism i samband med denna metod (Bryman & Bell, 2017, s. 58). Vanliga strategier för datainsamling inom kvantitativ forskning är experiment eller undersökningar, där undersökningarna brukar bestå av antingen enkäter, strukturerade intervjuer eller strukturerade observationer (Saunders et al., 2016, s. 168).

När det gäller kritik riktat mot kvantitativa studier är det främst det positivistiska synsättet man är skeptisk kring, i och med dess innebörd om att naturvetenskapliga modeller bör appliceras på den sociala verkligheten (Bryman & Bell, 2017, s. 183). Man anser att den kvantitativa och positivistiska inriktningen gör det omöjligt att se skillnaden mellan samhälle och natur. Istället skapas en statisk bild över den sociala verkligheten och man menar att relationen mellan olika variabler inte tar hänsyn till verkliga, vardagliga kontexter eller till de individer som befinner sig i denna verklighet. Slutligen är man kritisk mot att förlita sig på mätinstrument eller mätprocedurer som ingår i exempelvis enkäter och strukturerade intervjuer. Man ifrågasätter vare sig respondenterna i dessa

undersökningar alltid har nog kunskap om ämnet eller uppfattar frågor eller svarsalternativ på jämlika vis (Bryman & Bell, 2017, s. 184).

En kvalitativ studie används vanligen vid skapandet av nya teorier genom det induktiva angreppssättet och har en kunskapsteoretisk inriktning mot synsättet interpretivism. Slutligen intar den vanligtvis konstruktionism som ser den sociala verkligheten som något ständigt föränderligt (Bryman & Bell, 2017, s. 58). Kvalitativ forskning brukar innefatta strategier såsom deltagande observationer (Saunders et al., 2016, s. 354), samt semi-strukturerade och fördjupande intervjuer (Saunders et al., 2016, s. 392). Det är även värt att beakta den kritik som riktas mot den kvalitativa forskningsmetoden. Till att börja med anses kvalitativ forskning vara för subjektiv på grund av forskarens närvaro i de undersökningar som vanligtvis genomförs. Närvaron gör det svårt att replikera en kvalitativ undersökning då det anses att undersökningen är beroende av forskarens intresse och att dess riktning styrs av forskarens uppfattningar. Det är också svårt att generalisera det resultat som framkommer i kvalitativa studier till andra miljöer eftersom de vanligtvis genomförs med få antal respondenter, inom ett begränsat område eller i en specifik situation (Bryman & Bell, 2017, s. 393).

Vi anser att det finns en risk att en kvantitativ metod inte kommer generera ett resultat som speglar den komplexa, sociala verklighet som studien syftar till. Detta eftersom vi tror att en kvantitativ metod passar bättre till många av de synsätt som vi tidigare avfärdat i detta kapitel och som vanligtvis är kopplat till naturvetenskapliga principer. Vidare anser vi att en kvantitativ metod lättare besvarar frågeställningar som undersöker exempelvis särskilda samband genom en eventuell hypotesprövning, något som vår frågeställning saknar. Vi har istället en bredare forskningsfråga och anser därför att en kvalitativ metod har bättre förmåga att besvara denna i och med dess anpassning mot sociala verkligheter och öppna frågeställningar.

Resultatet av en kvalitativ metod skulle dock vara svår att generalisera på företag utanför vår utvalda bransch. Detta är vi dock väl medvetna om och kommer därför dra slutsatser av våra resultat med varsamhet. Vi kommer även, på grund av kritiken om forskares närvaro i kvalitativa undersökningar, vara förberedda innan och särskilt noggrann under själva processen för att undvika att påverka respondenterna. Vidare har insamling av data hos tidigare forskning skett till större del genom kvantitativa metoder (Anglada & Hernández Lara, 2019, s. 11), varför vi vill utföra en studie med en kvalitativ metod.

2.6. Litteratursökning

Med anledning av att den här uppsatsen skrivs på uppdrag av Sharing Cities Sweden med fokus på hållbarhet och delningsekonomi, hade vi redan från start en utgångspunkt i att vi behövde finna relevant litteratur inom dessa två ämnen. Litteratursökningen har genomförts med hjälp av en kombination av medel som beskrivs som vanliga av Saunders et al. (2016, s. 93-94), såsom; databaser för vetenskapliga artiklar, allmänna sökmotorer, samt nyttjande av fysisk litteratur i form av böcker.

Vi började med att söka efter vetenskapliga artiklar via flertalet databaser tillgängliga hos Umeå Universitets sökfunktion, samt på Google Scholar - både för att uppfatta vilka centrala artiklar som betytt mest inom forskningen, men också för att få en överblick över de senaste studierna. Saunders et al. (2016, s. 95) betonar det viktiga i att söka på flera databaser för att få en helhetsbild över studierna som genomförts. Författarna beskriver

även att man vanligtvis tillämpar en lista med sökord. Vi har följaktligen använt oss av en lista med relevanta nyckelbegrepp för vår forskningsfråga (se tabell 1), vilka har hjälpt oss att hitta en del artiklar av betydelse. Fortsättningsvis behöver man genomgå dessa artiklar efter referenser för att hitta ytterligare forskning (Saunders et al., 2016, s. 98), något som förde oss vidare till andra signifikanta källor, inklusive böcker från Umeå universitetsbibliotek.

Som tidigare nämnt har vi även använt allmänna sökmotorer, specifikt Google, i syfte att hitta informella källor som exempelvis väsentliga företagssidor och rapporter. Saunders et al. (2016, s. 98) menar att allmänna sökmotorer är viktiga medel under litteratursökningen eftersom de hänvisar till relevanta men framförallt dagsaktuella källor.

Tabell 1: Nyckelbegrepp vid litteratursökning

Delningsekonomi	Sharing economy
Collaborative economy	Cirkulär ekonomi
Hållbar utveckling	Sustainable development
Sustainable transitions	B2B
B2B Sharing	B2B business models
Sharing business models	Sustainable business models
Cooperation	Digital platforms sharing economy
Motivations sharing economy	Drivers and obstacles sharing economy

2.7. Källkritik

Saunders et al. (2016, s. 71) betonar det viktiga i att förhålla sig kritisk vid valet av källor under litteratursökningen. Det handlar snarare om att vara selektiv i sitt sökande för att visa på de viktigaste och mest relevanta källorna, än om att försöka integrera alla existerande referenser inom ämnet (Saunders et al., 2016, s. 74; Bryman & Bell, 2017, s. 134). För att upprätthålla en källkritisk approach har vi som tidigare konstaterat tillämpat ett antal nyckelbegrepp vid litteratursökningen för att endast bruka källor relevanta för forskningsfrågan, samt för att hålla oss konsekventa vid valet av källor. Vidare har vi främst utgått från kvalitetsgranskade artiklar från tillförlitliga databaser, samt sökt oss tillbaka till grundkällan när det har behövts för att kringgå nyttjandet av sekundärkällor så långt det varit möjligt. Tilltron till sekundärkällor kan anses tvivelaktig i många fall då det alltid är någon annans tolkning av det ursprungliga sammanhanget (Bryman & Bell, 2017, s. 134). Gällande språket på artiklarna har vi mestadels tillämpat engelsk litteratur, av den enkla anledningen att den största delen av forskningen inom ämnet är skriven på engelska. Eftersom den här uppsatsen är skriven på svenska, har detta resulterat i en del översättningar av centrala begrepp, där vi successivt har försökt motverka eventuella feltolkningar med noggrannhet. Slutligen är majoriteten av de artiklar vi tillämpat skrivna på senare år, både för att det är ett relativt nytt ämne, men även för att vi ville utgå från källor som fortfarande är aktuella.

Beträffande de informella källorna har vi inriktat oss på företagssidor nödvändiga för uppsatsens bakgrund och aktuella rapporter för att visa på den praktiska relevansen, bland annat för att ge stöd åt de statistiska påståenden som vi gör. Dessa typer av källor utgör således inte de grundläggande resurserna för vårt teoriskapande. Vidare har vi tillämpat litteratur i form av metodböcker, där vi har valt att inkludera sådana som är specifikt inriktade mot företagsekonomi, samt att vi generellt i metodkapitlet har tillämpat mer än en bok för att försäkra oss om rätt tillvägagångssätt. Slutligen har vi även valt att tillämpa mer än en källa när vi velat stödja särskilt viktiga aspekter för vår forskningsfråga eller när vi har haft avsikten att visa på olika studiers perspektiv. Detta eftersom det alltid finns en viss subjektivitet inblandad från författarna (Saunders et al., 2016, s. 77).

3. Teoretisk referensram

Den teoretiska referensramen består av en fördjupning av existerande teori beträffande delningsekonomi, där vi börjar med att introducera vad konceptet innebär. Vidare kopplar vi samman delningsekonomi med den valda fördjupningen i vårt syfte som innefattar hållbarhet, en B2B-kontext och slutligen teori mer specifikt inriktad på hinder och drivkrafter. Referensramen används därefter som en grund för resterande delar av studien.

3.1. Delningsekonomi

Historiskt sett har vi människor delat på de resurser som funnits tillgängligt och samarbetat i grupper för att överleva (Botsman & Rogers, 2010, s. 68) och handlingen av att dela är ett kulturellt inlärt beteende (Belk, 2007, s. 130). Än idag delas vissa typer av resurser såsom parker och skolor, men när det kommer till att dela resurser såsom personliga ägodelar är det vanligt att dra sin gräns (Botsman & Rogers, 2010, s. 67). I dagens samhälle äger vi mer än vad man själv kan förvara, där garderober, garage och vindsutrymmen är fyllda med ägodelar som sällan eller till och med aldrig används. Trots detta faktum, fortsätter vi konsumera i mängder och efterfrågar ytterligare utrymmen för att förvara våra tillhörigheter (Botsman & Rogers, 2010, s. 12).

I motsats till den ökade individualismen av ägodelar i dagens samhälle, har det också på senare tid uppstått en efterfråga som syftar tillbaka till hur det historiskt har fungerat; att ha tillgång till resurser när man behöver de istället för att äga dem. Ägarskap av något kan vara tidskrävande, finansiellt icke hållbart och som tidigare nämnt - kräver stort utrymme. Trenden av att tillgå resurser utvidgas och återspeglas i att allt fler väljer att dela exempelvis bostäder och kontor, något som gjort sig möjligt tack vare den tekniska utvecklingen (Botsman & Rogers, 2010, s. xv). Det är främst uppkomsten av digitala plattformar som varit en stor bidragande faktor till delningens återkomst, men i en ny skepnad än förr (Botsman & Rogers, 2010, s. 100) och som nu gjort sig tillkänna under namnet delningsekonomi (Botsman & Rogers, 2010, s. xv).

Delningsekonomi öppnar upp för nya samarbeten som förändrar vårt sätt att skapa värde, där vi istället kan kombinera personlig nytta och nytta för andra och samhället (Botsman & Rogers, 2010, s. 69). Det finns vidare två tillvägagångssätt för deltagande i en delningsekonomi; antingen deltar man som tillhandahållare av resurser, alternativt som en användare som således nyttjar dessa resurser. Vårt att nämna är att även om en del är mer bekväm med att använda ett av tillvägagångssätten, finns det möjlighet att besitta båda rollerna (Botsman & Rogers, 2010, s. 70). Fortsatt kan delning ske med diverse materiella och immateriella föremål, under en mängd olika förhållanden och mellan olika aktörer (Belk, 2007, s. 127). Förslag på dessa situationer kan vara att dela alltifrån lokaler eller idéer, mellan exempelvis företag eller nationer, och slutligen kan det ske under såväl bristande förhållanden som under förhållanden av överskott (Belk, 2007, s. 131). Benkler (2004, s. 297) bidrar med en mer uttömmande beskrivning av vilka slags varor som kan delas och har namngett dessa "medel-granulerade varor". En medel-granulerad vara är en vara med högre kapacitet än vad en individ skulle kräva under dess livstid för eget bruk, vilket gör den möjlig att dela (Benkler, 2004, s. 357).

Benkler (2004, s. 297) hävdar fortsatt att stora mängder varor inom denna ovan nämnda kategori skulle innebära ett sammanlagt högt överskott av kapacitet i det samhälle vilket

de existerar. Inom delningsekonomin frågar man sig om detta överskott kan användas annorlunda för att nyttja all kapacitet och om det samtidigt är möjligt att uppfylla andra individers behov än endast ägarna av de medel-granulerade resurserna. Att nyttja all kapacitet är det som genererar värdet av en vara (Benkler, 2004, s. 298), men är en aspekt som ändå vanligtvis uteblir i beräkningarna vid inköp av nya resurser. Inköpare prioriterar istället priset i förhållande till resursens livslängd och dess kapacitet att tillgodose just sitt specifika ändamål. Om varan råkar ha en högre kapacitet än detta är således något som sällan tas hänsyn till (Benkler, 2004, s. 301).

I och med vår utgångspunkt i ämnet delningsekonomi, blir det viktigt att förstå dessa aspekter av funktionalitet i en delningslösning. Eftersom vårt syfte utgår ifrån vad som hindrar eller driver grossistföretag till delning, måste vi först förstå vad företagen har för kapacitet idag, för att kunna se vart det finns potential för framtida delningslösningar. En mer optimal användning av sin kapacitet, som här framkommit som ett värdegenererande utfall, är ett spår vi vill fortsätta undersöka i koppling till studiens inriktning mot hållbarhet för att förstå delningens värde på denna aspekt.

3.1.1. Delningsekonomi och hållbarhet

“Tillsammans uppfinner dessa system inte bara vad vi konsumerar men hur vi konsumerar” (Botsman & Rogers, 2010, s. xvi).

Den tidigare nämnda masskonsumtionen som finns idag skapar en uppsjö av produkter i samhället utöver det vi faktiskt behöver (Botsman & Rogers, 2010, s. 20-21) och därav även en större mängd avfall än nödvändigt. Att exempelvis tillverka en ynka bärbar dator frambringar avfall nära fyra tusen gånger dess vikt (Botsman & Rogers, 2010, s. 10). Ifall en sådan resurs skulle kunna disponeras till fler aktörer, behövs det inte produceras ett lika stort antal och både avfall och avfallshanteringen skulle likväl reduceras. Denna koppling mellan delningsekonomi och miljömässig hållbarhet visar på en förändring från att maximera antalet sålda produkter mot att maximera varje produkts nyttjande under dess livstid (Botsman & Rogers, 2010, s. 115). Delningsekonomins främsta fördelar ur ett hållbart perspektiv är därför dess möjlighet att ta vara på det tidigare nämnda överskottet av produkter och kapaciteter (Botsman & Rogers, 2010, s. xvi).

Heinrich (2013, s. 229) diskuterar även han delningens potentiellt positiva hållbara påverkan i och med främjandet av samarbetsbaserade samhällen. Denna sociala hållbarhetsaspekt är ett spår som även Botsman & Rogers (2010, s. 216) följer upp men med en mer ingående beskrivning. De menar att denna typ av tillväxt sker till följd av att system inom delningsekonomi frambringar interaktioner mellan människor, vilket ger en ökning av socialt kapital som resultat (Botsman & Rogers, 2010, s. 130).

Vi går vidare med att konkretisera hur en delningsekonomisk lösning kan innebära en hållbar utveckling i praktiken, genom att nämna företaget “Rent a toy”. Företaget erbjuder, precis som namnet antyder, att man kan hyra leksaker istället för att köpa en nytillverkad sådan. Detta leder till en minskad produktion av varan samt ett högre resursutnyttjande (Botsman & Rogers, 2010, s. 105). En sådan lösning leder även till att man slänger leksaker i mindre utsträckning, förhindrar att det hamnar som en underutnyttjad produkt på våra hyllor eller till och med slutar upp som plast i vår natur. Utöver detta skapas också krav på tillverkare att följa upp efterfrågan av mer hållbara produkter (Botsman & Rogers, 2010, s. 106).

Möjligheten för specifikt företag att tillämpa delningsekonomi och samtidigt lyckas med att bidra hållbart är något som Mi & Coffman (2019, s. 1) diskuterar vidare i sin studie. Man kan exempelvis erbjuda marknaden lösningar som innefattar delning av fordon eller cyklar, vilket skulle innebära att den sammanlagda bilkörningen minskar om man samåker eller nollas om en cykel ersätter bilen helt. Tillsammans anses det leda till minskad luftförorening och negativ påverkan på miljön. Författarna argumenterar för att företag med genuina hållbarhetsinitiativ bör få stöd av och samarbeta med regeringar för att kunna applicera delningsekonomi, ett krav för att kunna uppnå de globala hållbarhetsmålen. Författarna avslutar med betoning på att sådana samarbeten saknas (Mi & Coffman, 2019, s. 3).

Ciulli & Kolk (2018, s. 1006) diskuterar resultat från granskning av ett dussintals etablerade företag och menar att det är stor chans till en god hållbar utveckling om de kan förändra sina befintliga affärsmodeller till att innefatta delning. Man exemplifierar en sådan förändring genom att nämna införandet av ett optimalt nyttjande av bland annat verktyg och andra resurser (Ciulli & Kolk, 2018, s. 1006).

Utifrån denna tidigare forskning är det tydligt hur delningsekonomin påverkar social och miljömässig hållbarhet, där vi uppfattat att det främst är miljöaspekterna som berörs. Det finns således flertalet möjligheter för företag att arbeta med hållbar utveckling med hjälp av en delningsekonomisk lösning. Vi finner det även intressant att det krävs förändringar i befintliga affärsmodeller vid tillämpning av delning. Vi kommer därför undersöka affärsmodeller för delningsekonomi närmare, inte bara på grund av ovanstående faktum, men också på grund av studiens syfte att inrikta oss mot företag.

3.1.2. Delningsekonomin tillämpning av affärsmodeller

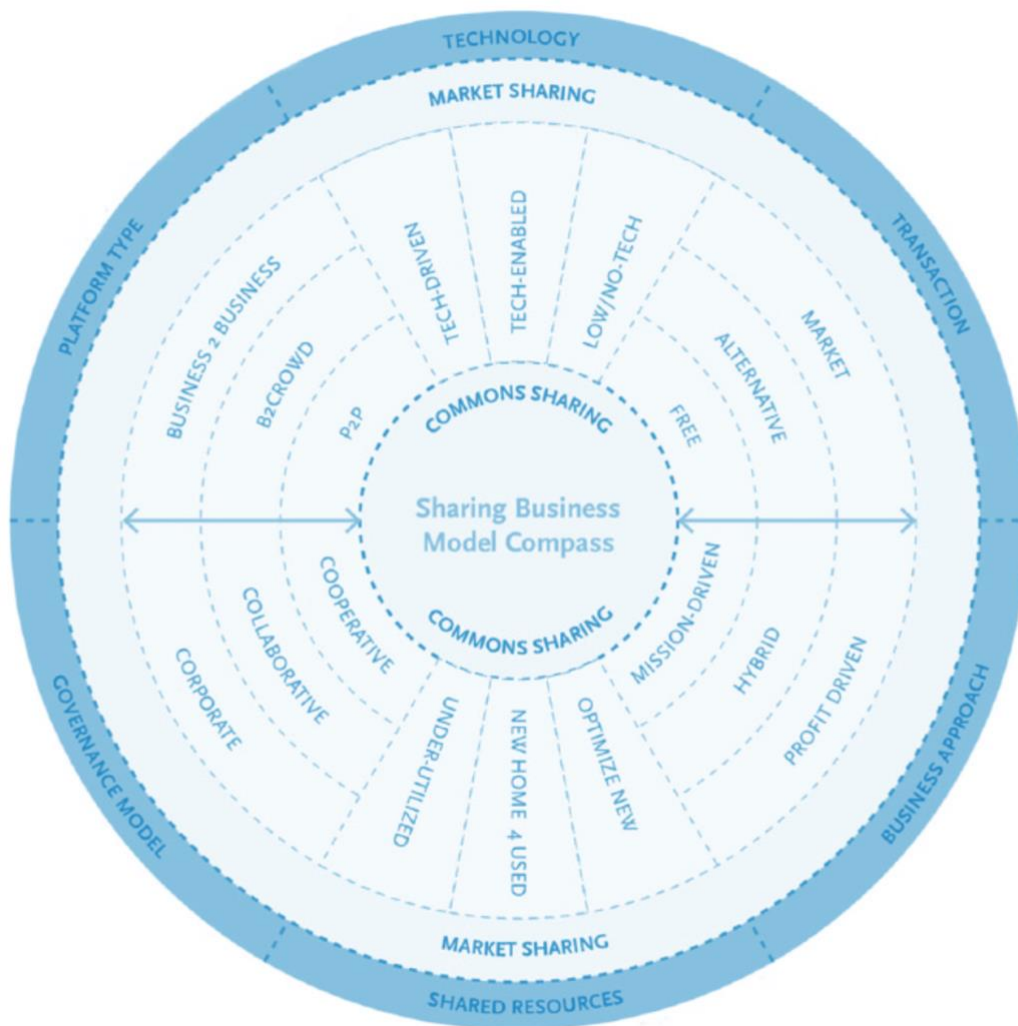
Brist på erkända affärsmodeller anpassade för en delningsekonomi är ett faktum som flertalet författare belyser (Choi et al., 2014, s. 625; Ciulli & Kolk, 2018, s. 996; Kathan et al., 2016, s. 663; Muñoz & Cohen, 2018, s. 115), samt att de få affärsmodeller som väl existerar främst är anpassade för B2C och C2C företag (Choi et al., 2014, s. 626). Att affärsmodeller anpassas på ett eller annat sätt är dock viktigt för att möjliggöra deltagandet i en delningsekonomi, en anpassning som vi tidigare nämnt studerats av Ciulli & Kolk (2018, s. 995) med fokus på etablerade företag. Författarna betonar att de etablerade företagen måste besvara två viktiga frågeställningar för att förnya sin affärsmodell; *hur* den ska förnyas och *vad* som ska förnyas (Ciulli & Kolk, 2018, s. 997). *Hur* det ska förnyas syftar till vilket angreppssätt ett företag väljer att anta, där det är vanligast att ingå i ett partnerskap (Cuilli & Kolk, 2018, s. 1002). *Vad* som ska förnyas syftar till innehållet i affärsmodellen, och här har författarna bland annat valt att utgå ifrån komponenterna värdeerbjudande och företagsinfrastruktur (Ciulli & Kolk, 2018, s. 997). Gällande en förändring av värdeerbjudandet, visar resultaten att de etablerade företagen främst väljer att addera en delningstjänst till sitt befintliga erbjudande. (Cuilli & Kolk, 2018, s. 1001). Det visar sig vidare inte vara lika vanligt att företag applicerar delningsekonomi med en förändring av komponenten infrastruktur som utgångspunkt. En sådan förändring innebär exempelvis att man delar befintliga maskiner och verktyg med andra företag via en B2B lösning istället för att köpa in nya sådana material (Cuilli & Kolk, 2018, s. 1003).

Kathan et al. (2016, s. 663) undersöker liknande Cuilli & Kolk (2018) etablerade företags affärsmodeller under delningsekonomin påverkan. Även här diskuteras komponenten värdeerbjudande som något att förändra genom att addera ytterligare ett erbjudande

(Kathan et al., 2016, s. 668). En annan komponent som behandlas är kostnader och intäkter, där författarna menar att delning av resurser gör det möjligt att både finna nya former av intäkter, men även olika tillvägagångssätt för att minska kostnaderna. Slutligen studeras hur nyckelresurser och nyckelaktiviteter i affärsmodeller kan påverkas av delningsekonomin. Författarna konstaterar att delningsekonomi erfordrar att företagen omvärderar dessa två då delning syftar till övergången från ägande av resurser till att ha tillgång till resurser (Kathan et al., 2016, s. 669). Detta styrks ytterligare av en av Botsman & Rogers (2010, s. 75) underliggande principer för ett delningssystem, bestående av; kritisk massa, underutnyttjad kapacitet, tillit mellan främlingar och tro på allmänningarna. Principen underutnyttjad kapacitet syftar nämligen till att de underutnyttjade resurserna bör omfördelas för att nyttjas på ett bättre sätt (Botsman & Rogers, 2010, s. 83).

Fortsättningsvis undersöker även Choi et al. (2014, s. 625) delningsekonomin affärsmodeller, men med ytterligare anpassning efter en B2B kontext. Genom att undersöka befintliga affärsmodeller från B2C och C2C kontexter har man kommit fram till en ny modell anpassad för delning mellan företag (Choi et al., 2014, s. 626). Det som främst definierar en delning av denna kontext är att den omfattas av samarbeten i syfte att dela samtligas resurser och således nyttja de tillsammans (Choi et al., 2014, s. 631). Det finns specifikt en aspekt som författarna finner viktig i deras modell; vilken delningstyp som ska gälla i delningen mellan företag. Delningstyp 1 innebär att det existerar tillhandahållare vars resurser hyrs ut till andra företag. Det skiljer sig mot typ 2 som innebär att företag går ihop och tillsammans förvärvar, tillhandahåller och nyttjar resurser (Choi et al., 2014, s. 629). De menar fortsatt att det bör bland annat framgå i affärsmodellen vilka användarna av delningsresurserna är, hur aktiviteter är utformade för att delningen ska vara genomförbar, samt hur samarbeten mellan företagen ser ut (Choi et al., 2014, s. 631).

Vidare menar Muñoz & Cohen (2018, s. 114-115) att nuvarande modeller har en förenklad struktur som inte täcker den komplexitet som delningsekonomin innebär och har därför etablerat en kompass som ska hjälpa företag att lättare navigera sig i implementeringen av delning i sina affärsmodeller. Författarna menar att olika delningslösningar kan se annorlunda ut beroende på dess konstruktion och att B2B är en sådan som skiljer sig avsevärt mot andra kontexter (Muñoz & Cohen, 2018, s. 125). Ramverket är därför skapat för att fungera i såväl nystartade som etablerade företag och även i olika kontexter. Ramverket, eller kompassen, kallas för Sharing Business Model Compass (se figur 2) och innefattar sex stycken huvudsakliga dimensioner (Muñoz & Cohen, 2018, s. 116). Dessa är typiska för just delningsprocesser och behöver därför vid tillämpning kompletteras med andra affärsmodellverktyg, såsom Business Model Canvas, för att åstadkomma en fullständig modell (Muñoz & Cohen, 2018, s. 128-129). Dimensionerna består av *teknologi*, *transaktionstyp*, *affärsändamål*, *delade resurser*, *styrningsmodell* och *plattformstyp* (Muñoz & Cohen, 2018, s. 129).



Figur 2. Sharing Business Model Compass.

Källa: Muños & Cohen (2018, s. 129).

Dimensionen *teknologi* handlar om hur stor teknologisk lösning delningen omfattar, om den exempelvis sker endast digitalt via en plattform eller om lösningen utgör kontakt i verkliga livet (Muños & Cohen, 2018, s. 130). Typ av *transaktion* svarar på om inblandade själva ansvarar över delningens genomförande eller om det sker av mellanhänder via exempelvis en delningsplattform (Muños & Cohen, 2018, s. 131). *Val av affärsändamål* förklarar syftet med delningen; om det ska vara vinstgenererande eller ägnad för att bidra till sociala eller miljömässiga hållbarhetsaspekter. Fortsatt säger dimensionen *delade resurser* om delningen gäller optimal användning av nya resurser eller befintliga underutnyttjade resurser, eller om det innebär att ge resurser ett nytt hem (Muños & Cohen, 2018, s. 132). *Typ av styrningsmodell* säger huruvida delningen organiseras (Muños & Cohen, 2018, s. 132) och *plattformstyp* visar vilka som inkluderas i delningen, exempelvis endast företag i en B2B kontext (Muños & Cohen, 2018, s. 133).

Samtliga dimensioner innefattar fortsatt tre val som alla är olika beroende på typ av dimension (Muños & Cohen, 2018, s. 128). Värt att notera är att fyra dimensioner innefattar val som ligger vertikalt i kompassen, där vissa val ligger närmast den inre cirkeln, andra närmast den yttre cirkeln och slutligen finns det val som är placerat mitt emellan dessa. De val som är placerade närmare den inre cirkeln som kallas *allmän*

delning, menar att affärsmodellen kommer utgöra en delning som riktar sig mot en större bredd av användare. Detta skiljer sig från valen som ligger närmare den yttre cirkeln kallad *marknadsorienterad delning*, menat att affärsmodellen och delningen riktas mot vissa utvalda användare, något som utgör fallet om man väljer en B2B kontext (Muños & Cohen, 2018, s. 129). Alla vertikala val som ligger placerade på samma nivå i kompassen hänger också ihop med varandra, menat att ett val påverkar vilka andra val som kommer gälla för affärsmodellen. Exempelvis så finner vi B2B som det yttersta valet under dimensionen *plattformstyp*, vilket innebär att den hänger samman med de andra yttre valen under resterande dimensioner (Muños & Cohen, 2018, s. 129-130). Notera dock att valen inom dimensionerna *teknologi* och *delade resurser* ligger horisontellt i modellen. Detta eftersom dessa val inte har någon inverkan på vilka andra val som mest troligt kommer gälla för affärsmodellen såsom de vertikala valen har (Muños & Cohen, 2018, s. 130).

Eftersom vår studie berör endast kontexten B2B, väjer vi att fortsatt förklara modellen utifrån denna kontext. Baserat på förklaringen av modellens funktion från stycket ovan, tar vi en närmare titt på de vertikala val som hänger samman med delning i en B2B som är det yttre valet i dimensionen *plattformstyp*. Först finner vi de yttre valet *marknadsorienterad transaktion* under dimensionen *transaktion* (Muños & Cohen, 2018, s. 131). Författarna förklarar att detta val innebär att transaktionerna för delning sker av marknadens egen kraft, alltså att prissättningen för det som delas inte påverkas av mellanhänder (Muños & Cohen, 2018, s. 131). Under dimensionen *val av affärsändamål* är det yttre valet följande: *vinstdrivande*. Detta innebär att affärsmodellen och delningen har som mål att generera vinst (Muños & Cohen, 2018, s. 132). Slutligen återfinns den sista dimensionen *innefattande vertikala val*, nämligen *typ av styrningsmodell*. Det yttre valet i denna dimension är *företagsstyrning*, menat delningen ägs och styrs av företagen själva. Alla användare av delningen är därför inte med och styr över delningen, vilket gäller för andra val (Muños & Cohen, 2018, s. 133).

Författarna hävdar att vid skapandet av en delningsekonomisk affärsmodell är det inte dess tekniska funktioner som bör vara det viktigaste, istället belyser de tillit som den främsta aspekten att inkludera eller utveckla i modellen (Muños & Cohen, 2018, s. 139). De väljer även att avsluta med betydelsen av kompassen som de anser ökar förståelsen för de utmaningar och möjligheter som en sådan här typ av affärsmodell innebär (Muños & Cohen, 2018, s. 143).

Tidigare i uppsatsen uttrycktes vår vilja att få en större förståelse för delningsekonomis funktion, något som fortsatt utvecklats i detta avsnitt. Vikten av kunskap med avseende på affärsmodeller och eventuella förändringar vid en implementering av delning är högst relevant för vår studie. Detta eftersom affärsmodeller måste anpassas för en delning ska vara möjlig och eftersom vårt syfte är att granska etablerade företag bör vi ha kännedom om deras möjligheter att applicera delningsekonomi. Ovanstående forskning ger sitt tydliga svar på att implementeringen kan ske genom att förändra vissa komponenter i en affärsmodell, alternativt skapa en helt ny modell. Det blir därför mer konkret vad som skulle krävas av ett redan etablerat företag att tillämpa delning, varför vi går vidare till att utforska studiens främsta fokus; delningens hinder och drivkrafter.

3.2. Delningsekonomin hinder och drivkrafter

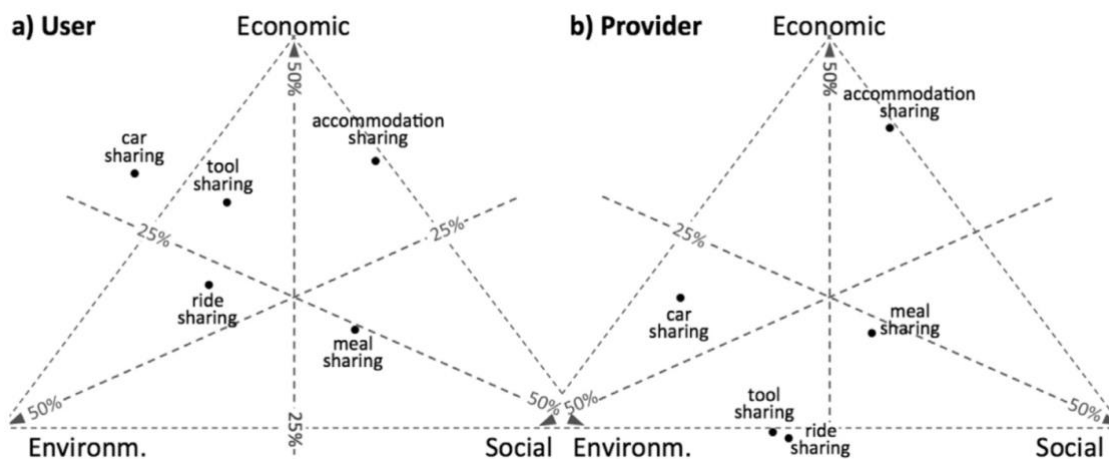
Vi har i detta avsnitt valt att diskutera de potentiella hinder och drivkrafter som framkommit från tidigare forskning genom en struktur av olika kategorier. Faktorer som, enligt vår mening, går att koppla samman eller liknar varandra har vi valt att placera under samma kategori som beskriver dess gemensamma nämnare. Detta hoppas vi ska underlätta läsningen.

3.2.1. Miljömässiga faktorer

Hamari et al. (2016, s. 2047) har valt att undersöka individers motivationer till att delta i delning med en teknologisk utgångspunkt, där de ser delningsekonomi som ett tekniskt redskap som möjliggörs genom plattformar online (Hamari et al., 2016, s. 2048-2049). Författarna har granskat ett hundratal av dessa existerande plattformar (Hamari et al., 2016, s. 2049) och har genom tidigare teorier kommit fram till ett antal faktorer som tycks motivera till användandet av delning, bland annat miljömässig hållbarhet och ekonomiska fördelar (Hamari et al., 2016, s. 2051), där den miljömässiga aspekten fortsatt beaktas i detta avsnitt.

För att testa hållbarhetens eventuella motivationskraft har forskarna utvecklat och testat två hypoteser som bygger på att upplevd hållbarhet av delningsekonomi påverkar ens attityd gentemot denna på ett positivt sätt, samt att den påverkar ens beteendemässiga avsikter positivt (Hamari et al., 2016, s. 2052). Resultaten mellan dessa två skiljer sig dock anmärkningsvärt. Det visar sig finnas en positiv attityd kopplat till delningsekonomin miljömässiga hållbarhetsåtaganden, medan ingen sådan påverkan urskiljs på de beteendemässiga avsikterna (Hamari et al., 2016, s. 2054). Detta innebär att det finns ett gap mellan attityd och beteende och att en positiv uppfattning om delningens effekter därmed inte nödvändigtvis leder till handling (Hamari et al., 2016, s. 2055).

Böcker & Meelens (2016, s. 29) primära fokus är hållbarhet och huruvida dess tre dimensioner är drivande i valet av delningsekonomi. Förutom uppdelningen av de sociala, ekonomiska och miljömässiga hållbarhetsaspekterna har man även tagit hänsyn till vad som delas. Resultatet demonstreras genom en triangulär modell (se figur 3) med en dimension av hållbarhet i vardera änden, där exempelvis olika resurser är utplacerade beroende på vad som anses vara delningens drivkraft. Den miljömässiga aspekten visade sig vara en faktor som drev respondenterna, specifikt när det gällde delning av resurserna verktyg och bilar (Böcker & Meelen, 2016, s. 35).



Figur 3. Triangulär modell av drivkrafter för att delta i delningsekonomi utifrån vad som delas.

Källa: Böcker & Meelen (2016, s. 34).

Miljöaspekten är något som även Möhlmann (2015, s. 193) berör i sin studie där man valt att använda en kvantitativ metod för att undersöka vilka faktorer som är av betydelse när man beslutar om sin medverkan i ett delningsalternativ, samt vad som avgör att man väljer att använda ett delningsalternativ igen. Respondenterna i denna studie omfattas av användare från två populära delningstjänster varav den ena är av arten B2C inom bodelning och den andra i en C2C kontext inom bodelning. Författaren utvecklar vidare ett ramverk innefattande tio faktorer som går att koppla till grunden för varför man väljer att använda delningstjänster eller varför man fortsätter använda dem (Möhlmann, 2015, s. 194). Bland annat nämns följande faktorer; samhällsgemenskap, kostnadsbesparingar, miljöpåverkan, förtrogenhet och tillit (Möhlmann, 2015, s. 194-195).

Gällande miljöpåverkan menar Möhlmann (2015, s. 195-196) att det är vanligt att se delning som en miljövänlig lösning eftersom det innebär att man använder resurser på ett bättre sätt. Man har därför valt att utveckla och testa en hypotes om att denna faktor har en signifikant påverkan på beslutet för användning av delningstjänster. Resultaten från samtliga deltagare, oavsett användare av tjänsten från en B2C kontext eller C2C kontext, visade dock att omtanke för miljön inte var en anledning till valet för varken första användartillfället av delningstjänsten eller vid dess fortsatta användning (Möhlmann, 2015, s. 198).

Den miljömässiga aspekten är något som visat sig undersökas i flertalet studier, men med blandat resultat utifrån vad vi bevittnat ovan. Den ses som en drivande faktor i en av studierna, men framkommer främst som en faktor som inte helt återspeglas i faktisk handling. Eftersom den miljömässiga aspekten ändock berörts av flertalet författare, anser vi att det tyder på aspektens betydelse. När vi värderar aspekten själva utifrån vår egen studies syfte, anser vi att den även för oss har stor betydelse i och med vårt hållbara hänsynstagande. Av den anledningen ser vi den miljömässiga aspekten som väsentlig att undersöka vidare, framförallt då exempelvis Möhlmanns (2015) studie visat att miljön inte är en påverkande faktor för delningar i B2C och C2C kontexter, vilket således inte bevisar hur väl den påverkar i en B2B kontext.

Hamari et al. (2016) resultat som visar att miljömässig påverkan skiljer i attityd och handling, är något vi anser viktigt att ta hänsyn till då den säger oss att faktorn inte nödvändigtvis driver till delning i praktiken, även om respondenter anser den vara en positiv aspekt. För vår studie innebär det att vi måste ta i beaktande på vilket sätt respondenter diskuterar och argumenterar för miljömässiga drivkrafter, för att försäkra oss om att inte göra felaktiga slutsatser om faktiska hinder och drivkrafter.

3.2.2. Ekonomiska faktorer

Böcker & Meelen (2016, s. 34) undersöker som tidigare nämnt de tre hållbarhetsdimensionerna som olika drivkrafter för delningsekonomi. Beträffande just ekonomiska faktorn, visade studiens resultat att det var en stark drivkraft specifikt när det gällde delning av vissa resurser såsom boende, verktyg och bilar (Böcker & Meelen, 2016, s. 35). Dock visar Benkler (2004, s. 317) i sin studie att ekonomiska faktorer även kan ses som ett hinder i och med oväntade kostnader för att göra delningsekonomi möjlig rent praktiskt. System och underhållskostnader är exempel på vad en tillhandahållare kan behöva stå för.

Gällande just kostnader berör även Botsman & Rogers (2010, s. 173) detta men i form av kostnadsbesparingar och som en av de största drivkrafterna till att vilja delta i en delningsekonomi. Detta är något som även Möhlmann (2015, s. 200) tar hänsyn till i sin studie som, vilket vi tidigare nämnt, undersöker påverkande faktorer till delning i både B2C och C2C kontexter. Här visade sig kostnadsbesparingar vara en stark drivkraft och generellt antytt från resultatet är användare rationellt styrda utifrån vad som ger mest nytta i förhållande till sitt personliga behov. Att en delningstjänst kan innebära att användaren sparar pengar är således en stark drivkraft till varför man väljer att delta (Möhlmann, 2015, s. 200). Författarna hävdar följaktligen i sin slutsats att självcentrerade drivkrafter, inklusive kostnadsbesparingar, utgör grunden för valen av delningstjänster (Möhlmann, 2015, s. 201).

Det ovan nämnda resultat är intressant att jämföra med vad Hamari et al. (2016, s. 2054-2055) har kommit fram till i sin studie. Här fann man att de ekonomiska faktorerna hade inverkan på ens beteende, med andra ord påverkar den till att man aktivt väljer att delta i delningsekonomi. Dock var resultatet omvänt gällande attityden gentemot delning, menat att man inte anser sig påverkas av den ekonomiska aspekten. Här ser man att handling och attityd inte stämmer överens. Det finns således två intressanta faktum i dessa påståenden; för det första följer Hamari et al. (2016) och Möhlmanns (2015) studieresultat samma linje i och med att ekonomiska aspekter tycks vara en drivkraft till att praktiskt använda delningsalternativ, vilket stärker vikten av denna drivkraft. För det andra är det intressant hur den miljömässiga hållbarhetsaspekten som vi nämnde tidigare i detta avsnitt, och den ekonomiska aspekten, har helt omvända effekter på attityd och faktiskt beteende. Hamari et al. (2016, s. 2055) diskuterar själva denna aspekt och menar att oavsett antal fördelar rent miljömässigt, kan detta vara irrelevant vid valet att delta i delning om ekonomiska fördelar uteblir. De hävdar att denna effekt kan vara negativ, då det finns en risk att delning utnyttjas för att vinna ekonomiska fördelar på bekostnad av hållbarhet.

Det antyds i ovan nämnda studier att ekonomiska faktorer både kan ses som en drivkraft i form av kostnadsbesparingar, men också som ett hinder i och med kostnader från delningens implementering. Oavsett om dessa faktorer driver på eller hindrar ens beslut om att delta i delningsekonomi, förefaller det överlag som något starkt påverkande. Av

den orsaken vill vi fortsättningsvis ta hänsyn till hur ekonomiska aspekter kan påverka företags anledning till delning på olika sätt.

3.2.3. Sociala faktorer

Sociala faktorerers påverkan i valet om att delta i en delningsekonomi nämns i flertalet studier (Botsman & Rogers, 2010, s. 216; Böcker & Meelen, 2016, s. 34; Möhlmann, 2015, s. 200; Hamari et al., 2016, s. 2055). Det betonas genomgående av Botsman & Rogers (2010, s. 216) att en social medvetenhet och ökad gemenskap i samhället är starka drivkrafter till tillämpning av en delningsekonomi. Som tidigare nämnt menar författarna att det finns grundläggande principer för delning, bland annat tro på allmänningarna (Botsman & Rogers, 2010, s. 75). Tro på allmänningarna handlar om viljan att skapa gemenskap, vilket i delningsekonomiskt perspektiv sker när flertalet individer i samhället gemensamt brukar resurser (Botsman & Rogers, 2010, s. 88). Ett exempel på denna sociala drivkraft kan vara ett öppet nätverk där alla gynnas av ju fler som deltar (Botsman & Rogers, 2010, s. 91).

Detta går att jämföra med Möhlmann (2015, s. 201) som likväl uppmärksammar samhällsgemenskap som ett drivmedel. De har undersökt denna sociala faktor i relation till olika delningsresurser, men med avgränsning till bil och bostad. Resultatet visade att bildelning var en typ av delning vilket skedde med samhällsgemenskap som drivkraft (Möhlmann, 2015, s. 200). Vidare nämner även Böcker & Meelen (2016, s. 28) denna faktor i deras studie rörande de tre hållbarhetsdimensionerna och dess motivationskraft till delning. Författarna berör som tidigare nämnt den sociala faktorn bland annat i förhållande till vilka olika resurser som delas (Böcker & Meelen, 2016, s. 36). Resultatet visade att den sociala faktorn var en drivkraft i delning som innefattar hög social interaktion. Detta gällande mer specifikt delning av resurser som mat och skjuts (Böcker & Meelen, 2016, s. 35).

Hamari et al. (2016, s. 2047-2048) vars fokus ligger på delning från ett teknologiskt perspektiv, tar hänsyn till respondenternas användning av delningsplattformar online. Här nämns den sociala aspekten som något implementerat i ämnet, såsom betydelsen av social dynamik och kollektiv uppbyggnad (Hamari et al., 2016, s. 2048). Resultatet från att ha testat olika faktorerers påverkan till deltagande i delning, visade att faktorn nöje var den främst drivande (Hamari et al., 2016, s. 2056), en faktor som innebär att en delning inbringar nöje för användaren. Författarna menar vidare att den sociala interaktionen med andra användare och den gemenskap det ger är vad som kan vara underliggande till det stora nöjet (Hamari et al., 2016, s. 2055).

Viljan till att socialt integrera med andra och erhålla en känsla av gemenskap ses i detta fall som något drivande från flera författares studier. Eftersom vi undersöker delning i en B2B kontext, anser vi att flertalet sociala interaktioner kan behöva ske i eventuella samarbeten mellan de grossistföretag som ska undersökas, något som kan skapa en gemenskap inom branschen och därför vara en påverkande faktor. Av den anledningen kommer vi fortsatt ta hänsyn till denna i vår studie.

3.2.4. Politiska faktorer

En dimension av påverkande faktorer som inte är lika utforskat utgörs av politiska påverkande faktorer. Hamari et al. (2016, s. 2056) är ett exempel på författare som rekommenderar framtida studier att undersöka juridiska aspekter närmare i koppling till

delningstjänster. En sådan återfinns hos May et al. (2017, s. 2) vars studie om delningens hinder undersöks i just Umeå. Sammantaget visar deras undersökning på ett antal påverkande faktorer, såsom; lagar och regler, motvillighet till förändring och tillit (May et al., 2017, s. 11). Författarna menar att lagar och regler skulle kunna underlätta för en delningsprocess (May et al., 2017, s. 8), dock framhålls det att många nuvarande nationella lagar och regler har en negativ inverkan på delningsekonomin utveckling och har därför satt käppar i hjulet för marknaden av delningsekonomi (May et al., 2017, s. 11). Respondenterna i denna studie nämnde i synnerhet en problematik inom detta, närmare bestämt den beskattning som finns av delningstjänster som innebär att aktörer måste betala skatt för att kunna dela. Dock beaktade man även konsekvenserna av utebliven skatt och ger exempel på att traditionella aktörer, såsom hotellbranschen, kan bli utkonkurrerade på grund av pressade priser. Detta skulle kunna skada samhällsekonomin eftersom sådana aktörer genererar in stora summor skatt till staten och är därför en anledning till existensen av stränga lagar och regler beträffande delningsplattformar (May et al., 2017, s. 8).

Eftersom de nationella lagar och regler som finns har visat sig vara påverkande i en studie som utförts i samma geografiska område som vår studie, anser vi att politiska faktorer är något viktigt att ta fortsatt hänsyn till. Det faktum att företag exempelvis berörs i form av beskattning vid delning, utgör att vi finner det relevant att undersöka om lagar och regler antingen hindrar eller driver de till delning.

3.2.5. Trygghetsfaktorer

Från tidigare forskning har det framkommit två begrepp som vi anser går att koppla till denna gemensamma kategori - trygghetsfaktorer. Dessa två utgörs av bekvämlighet och tillit, begrepp vilka benämnts flertalet gånger i tidigare forskning där de utgjort essentiell betydelse inom ämnet delningsekonomi, varpå vi valt att själva beröra de nedan.

Bekvämlighet är något som nämns av exempelvis Botsman & Rogers (2010, s. 216), som betonar denna faktors betydelse. Först och främst kopplar författarna bekvämlighet till den så kallade kritiska massan, en av de principer som de menar är underliggande för en delningsekonomi. Kritisk massa innebär att system är självförsörjande tack vare efterfrågans starka kraft, något som uppstår när vi väljer varor och tjänster. Man menar vidare att dessa val grundas på bekvämlighet (Botsman & Rogers, 2010, s. 75), därav kopplingen mellan just bekvämlighet och kritisk massa. I och med detta faktum, belyser Botsman & Rogers (2010, s. 76) därför att delningsekonomiska valmöjligheter måste existera i en sådan omfattning att det är lika bekvämt att välja dessa som andra typer av varor eller tjänster, för att således påverka efterfrågan och dess kritiska massa. Det bör med andra ord vara lika bekvämt att välja en delningslösning som någon annan typ av lösning för att driva till att ta just det valet.

Cherry & Pidgeon (2018, s. 946) följer ett liknande spår som Botsman & Rogers (2010) förklaring ovan om att valet av en delningslösning bör vara bekvämt för att underlätta beslutet av detta alternativ. Bekvämlighet beskrivs av Cherry & Pidgeon (2018, s. 944) i termer av den ansträngning och tid en tillämpning av delning tar. Deras studie utgår från ett bredare perspektiv, där syftet är att få en allmän uppfattning av människors drivkrafter till delning genom att diskutera ämnet i workshops med diverse medborgare (Cherry & Pidgeon, 2018, s. 939). Resultatet påvisar att personliga intressen är grundläggande för vad som driver eller hindrar människor till att dela, där bekvämlighet, kostnader och tillgänglighet nämns som essentiella. Författarna beskriver även att respondenterna

framför svårigheter med att finna en balans mellan kostnader och bekvämlighet, med andra ord en avvägning mellan ekonomiska fördelar en delning kan frambringa och den tid och ansträngning den eventuellt tar (Cherry & Pidgeon, 2018, s. 944).

En annan studie på delningsekonomi som innefattar bekvämlighet utförs av Owyang (2014, s. 5) och innefattar 90112 kunder i delningsekonomi från tre olika länder. Den visar att drivkrafter till att delta i delning tenderar att ha en praktisk inriktning, samt att de liknar vad som driver människor till traditionell konsumtion. Den absolut största drivkraften till delning visade sig vara just bekvämlighet, följt av andra praktiska drivkrafter som att finna ett bättre pris och att få en bra kvalitet på produkten eller tjänsten som efterfrågas (Owyang, 2014, s. 19).

Tillit har visat sig ha en stor betydelse, eller rent utav vara ett krav för att människor ska vilja dela resurser med någon annan (Botsman & Rogers, 2010, s. 75; May et al., 2016, s. 7; Möhlmann, 2015, s. 200). En orsak till detta kan vara att vi är rädda att sätta vår självständighet och integritet på spel (Botsman & Rogers, 2010, s. 67). Som tidigare nämnt finns det underliggande principer till en funktionell delningsekonomi där tillit mellan främlingar är en sådan, vilket med andra ord innebär att förtroende mellan aktörerna inom ett delningssystem är nödvändigt (Botsman & Rogers, 2010, s. 91). Detta är något som vidare visade sig i studien av Möhlmann (2015, s. 200), där tillit hade stor påverkan på människors beslut. Den hade, i jämförelse med andra faktorer som också undersöktes, störst betydelse vid valet av bildelning. Den hade även näst störst betydelse i delning av boende, strax efter faktorn kostnadsbesparingar. Även May et al. (2017, s. 7) har funnit att tillit är en nyckelfaktor i sina resultat, i och med att det nämns av samtliga respondenter, samt att det förefaller som ett villkor för aktörer till att överhuvudtaget vilja dela.

Bekvämlighet är det första vi tar med oss från detta avsnitt, där tidigare studier antyder att den har en praktisk, betydande påverkan till delning i termer av tid och ansträngning. Eftersom vi dessutom undersöker detta ämne utifrån en B2B kontext, ser vi möjligheten i att tillit mellan grossistföretagen kan ha stor betydelse och är därför intressant att fortsättningsvis beakta i vår insamling av empirin. Avslutningsvis resonerar vi att man kan känna sig trygg om man är bekväm, samt att man kan känna sig trygg om man har tillit till andra, varför vi anser bekvämlighet och tillit hör hemma under just trygghetsfaktorn.

3.3. Sammanfattning av teoretiskt ramverk

Inledningsvis tar vi med oss det grundläggande i en delningsekonomi från tidigare forskning, vilket innefattar vad som kan delas och hur. Vi tar även med oss det faktum att affärsmodeller för etablerade företag inom B2B kan anpassas till delning, vilket tydliggör vad företagen skulle behöva förändra för att ingå i en delningsekonomisk lösning. Även att delning tenderar att ske när man besitter någon form av överkapacitet är relevant för oss eftersom vi riktar oss mot underutnyttjade resurser, men också för att överkapacitet kan kopplas till hållbarhet - en primär utgångspunkt i vår studie.

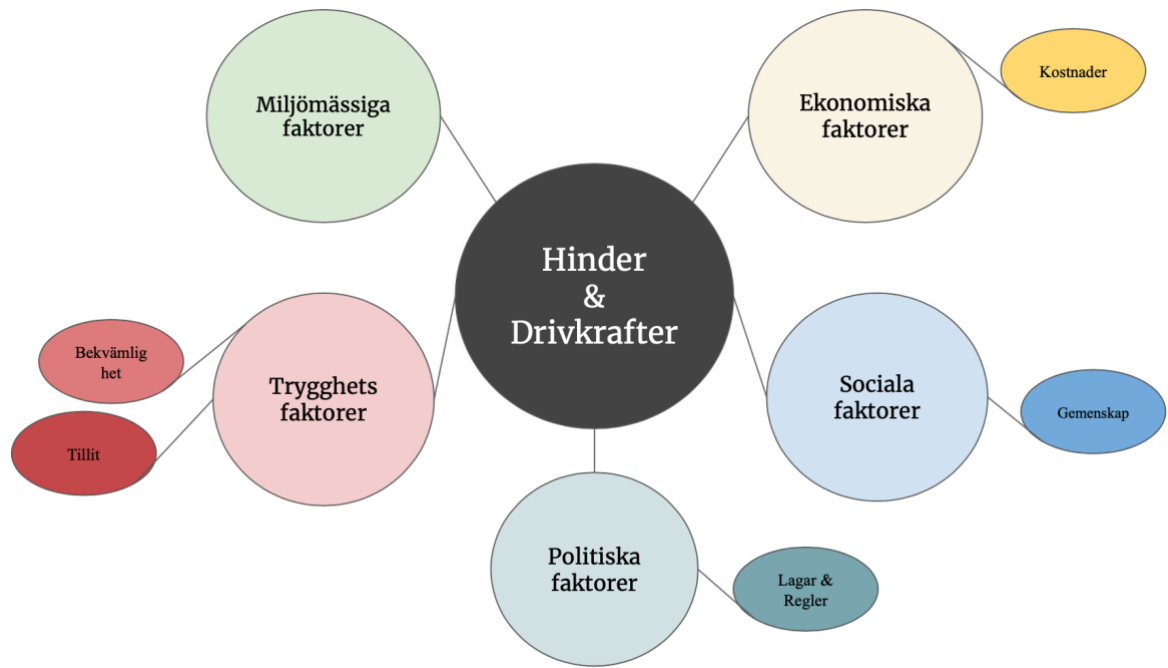
När det kommer till tidigare forskning kring hållbarhet inom delningsekonomi har man funnit att den miljömässiga aspekten är mest omtalad. Social hållbarhet har man pratat något mindre om och ekonomisk hållbarhet har knappast berörts i jämförelse. Förutom

att forskningen ger en bild över hur delningen bidrar hållbart, är det av främst intresse för oss att förstå vad som kan hindra eller driva till att ingå i en delningsekonomi.

Forskningen har påvisat ett flertal påverkande faktorer, varav några har varit mer omnämnda än andra. Miljömässiga faktorer har främst undersökts som en drivkraft, vars resultat varit varierande men omfattande, varför vi anser att den bör vara en faktor i vår egen undersökning. Fortsatt kommer vi ta hänsyn till ekonomiska faktorer som eventuellt hinder eller drivkraft till delning. Detta eftersom vi undersöker vinstdrivande företag som syftar just till att uppnå vinst och således kan påverkas av ekonomiska faktorer. Generellt har ekonomiska faktorer visat sig vara en drivkraft i tidigare studier, vanligtvis i form av kostnadsbesparingar. Dock kan den även påvisas som hinder eftersom tidigare forskning pekat på att det kan förekomma kostnader vid tillämpning av delning. Sociala faktorer har varit starkt drivande i B2C och C2C kontexter, varför vi vill undersöka hur den påverkar till delning i vår B2B kontext, vilket kan generera gemenskap i och med delningens sociala interaktioner. Eftersom vår studie berör företag som måste förhålla sig efter flertalet regleringar, anser vi det som relevant att ta hänsyn till lagar och regler för att förstå om de hindrar, såsom tidigare forskning uttrycker, eller driver till delning. Den omnämns i vår studie som politiska faktorer. Slutligen är trygghetsfaktorer en sista aspekt som kommer undersökas då det visat sig påverkande i flertalet tidigare studier, både i form av bekvämlighet och tillit.

Avslutningsvis tillämpar vi våra övergripande faktorer i en modell, det vill säga; miljömässiga faktorer, ekonomiska faktorer, sociala faktorer, politiska faktorer och trygghetsfaktorer. Samtliga underteman i modellen klargör vad faktorn har syftat till i tidigare forskning och vad vi kommer ta fasta på. Kostnader återfinns under ekonomiska faktorer, gemenskap under sociala faktorer, lagar & regler under politiska faktorer och sist återfinns två teman under trygghetsfaktorer; bekvämlighet och tillit.

Det blir också viktigt att understryka ännu en gång att majoriteten av forskningen som förekommer i detta teorikapitel är grundad i C2C och B2C perspektiv, innebärande att forskningen övervägande baserats på konsumenters uppfattning i fråga. Vi är medvetna om att detta kan skilja sig från vår undersökning med fokus på B2B och med endast företag som utgångspunkt. Dock är det huvudsakliga i forskningen delning, vilket skapar premissen att forskningen ovan utgör bra grund för att ge stöd och anpassas till just vår kontext.



Figur 4. Hinder och drivkrafter till delningsekonomi - skapad av författarna.
Källa: Baserad på teoretiskt ramverk.

4. Praktisk metod

Metodkapitlet består av den valda metoden för datainsamling, samt en beskrivning av vårt tillvägagångssätt. Vidare presenteras intervjuguiden och urvalsmetoden, vartefter kapitlet avslutas med en redogörelse av dataanalysprocessen och etiska överväganden.

4.1. Kvalitativ datainsamling

Vi har tidigare argumenterat för varför vår forskningsfråga bör besvaras genom en kvalitativ metod. En kvalitativ forskning innefattar olika metoder för insamling av data. Deltagande observation, kvalitativa intervjuer och fokusgrupper är tre exempel på de vanligaste metoderna (Bryman & Bell, 2017, s. 374). Deltagande observationer är en mycket tidskrävande och omfattande metod som innebär att forskare observerar grupper av människor och dess sociala liv (Bryman & Bell, 2017, s. 418). Kvalitativa intervjuer beskrivs just som kvalitativa för att särskiljas från strukturerade intervjuer vilket är vanligt använda i en kvantitativ metod. Kvalitativa intervjuer ses som en flexibel metod som sker med enskilda individer (Bryman & Bell, 2017, s. 451), till skillnad från fokusgrupper som är en metod som innebär att intervjuas flera personer samtidigt. Anledningar till att välja denna metod grundar sig vanligtvis i att man intresserar sig för respondenternas agerande i gruppssammanhang, och/eller för att förstå hur de uppfattar, reagerar och diskuterar vissa frågeställningar och specifika ämnen (Bryman & Bell, 2017, s. 480).

Utifrån vår studie och dess syfte, väljer vi en kvalitativ intervju baserat på beskrivningarna ovan. Vi anser att metoden deltagande observationer inte är tidsenligt möjligt och eftersom vi saknar ett primärt intresse för hur delningsekonomi diskuteras i ett gruppssammanhang, ser vi inte relevansen av en fokusgrupp. Hellre ser vi att vår forskningsfråga besvaras genom att varje, enskilt företag får återge sin utsaga på vilka hinder och drivkrafter som existerar, utan att behöva diskutera andra respondenternas syn på saken. Med hänsyn till kritiken som vi tidigare berört mot kvalitativa studier och att forskarens närvaro kan påverka respondenternas svar, argumenterar vi för att det finns en förstärkt risk att ytterligare påverkan kan förekomma vid inblandning av fler individer i en intervju. Vi antar även att inte alla respondenter känner sig trygga i att uttrycka sig i gruppssammanhang och att det därför kan vara lättare att erhålla svar om fokus riktas på en respondent i taget.

4.1.1. Urvalsmetod

Att göra urval av respondenter innebär att data samlas in från endast en del av den grupp man undersöker, en åtgärd som kan vara nödvändig i och med svårigheterna att hämta in material från samtliga inom forskningsområdet (Saunders et al., 2016, s. 272). Det finns alternativa urvalsmetoder där den ena kallas sannolikhetsurval och främst tillämpas i kvantitativa undersökningar, samt vid forskning vars mål är att generalisera resultat på större populationer (Bryman & Bell, 2017, s. 405). Inget av detta utgör fallet i vår studie, varför vi inte ser det som ett alternativ vid valet av urvalsmetod. Till skillnad från detta urval som slumpmässigt utser respondenter för en studie, finns icke-sannolikhetsurval som istället väljer respondenter genom en subjektiv bedömning. Detta används vanligtvis i kvalitativa studier (Saunders et al., 2016, s. 295) och är därför den urvalsmetod som lämpar sig för vår studie.

Icke-sannolika urval innefattar vidare ytterligare urvalsmetoder, där fyra stycken är värda att nämna; kvoturval, målmedvetet urval, volontäurutval och bekvämlighetsurval (Saunders et al., 2016, s. 298). Av samtliga urvalsmetoder anser vi att ett målmedvetet urval är den mest praktiska för vår studie. Den innebär att man aktivt väljer respondenter utifrån vilka man anser kommer kunna bidra med relevant data kopplat till ens forskningsfråga (Saunders et al., 2016, s. 301). Vidare ingår ett fåtal inriktningar i detta urval, bland annat heterogena och homogena urval. Den heterogena innebär att man väljer respondenter med kvaliteter som skiljer sig åt i syfte att uppnå variation i resultatet, något som enligt Patton (2002, refererad i Saunders et al., 2016, s. 301) utgör en styrka då det kan leda till upptäckt av unika faktum. Försättningsvis innebär det homogena urvalet att samtliga respondenter är jämlika varandra och ingår i samma kategori. Deras likheter är till fördel för att göra en mer djupgående undersökning med ökad förståelse för ämnet (Saunders et al., 2016, s. 302).

Eftersom vi har valt en kvalitativ studie väljer vi även att tillämpa ett icke-sannolikhetsurval, mer specifikt ett målmedvetet urval inför vår datainsamling. Den mest centrala aspekten för detta val är dock vår forskningsfråga, vilken tar hänsyn till etablerade företag inom parti-/grossistbranschen med avgränsning inom Umeå. Vi anser att det hade varit ytterst riskabelt att chansa på att ett sannolikhetsurval skulle generera respondenter som uppfyller just dessa kriterier. Istället anses det självklart att aktivt söka respondenter som vi vet arbetar i ett etablerat företag och som ingår i den valda branschen, en metod som vi bedömer som ett målmedvetet urval. Detta anser vi ökar chansen att samla in data och information som kan hjälpa oss besvara forskningsfrågan.

För att fortsatt öka våra chanser att besvara frågan, är det även värt att diskutera den homogena och heterogena aspekten. Vi anser att ett homogent urval används i och med vårt val av företag inom parti-/grossistbranschen. Det gäller även vid valet av individer som ska representera företagen, där vi tagit beslut om att samtliga bör besitta en högre befattning eller ett större ledande ansvar för företagets lokala anläggning, det vill säga i Umeå. För det första anser vi att deras befattning innebär att de kan besitta mer kunskap om vilka hinder och drivkrafter som kan tänkas gälla för en applicering av delningsekonomi för just deras företag. Dessutom antar vi att de har förutsättningar för att kunna genomföra förändringar i företaget eller alternativt driva på en förändring och att utveckling därav kan vara av intresse, något vi tycker är oerhört viktigt eftersom en applicering av delningsekonomi skulle innebära någon typ av affärsutveckling.

För det andra anser vi att dessa gemensamma nämnare, det vill säga bransch och befattning, kan bidra positivt till att lättare kunna dra slutsatser senare i vår studie. Om vi exempelvis med hänsyn till befattning hade använt ett heterogent urval och valt anställda från vissa företag men chefer från andra, förmodar vi att det hade varit svårt att veta om skillnader i resultat beror på deras olikheter som företag eller om det beror på respondenternas olika kunskaper eller intresse om företaget och vår frågeställning. Vi kan därför göra en mer djupgående studie om vi följer ett homogent urval och väljer respondenter med så likartade förutsättningar och intentioner som möjligt.

Dock måste vi även belysa det faktum att företagen kan, trots att de alla ingår i parti-/grossistbranschen, skilja sig åt i form av företagsinriktningar med olika produktutbud och kundsegment. Från detta perspektiv kan urvalet även beskrivas som heterogent och är något som också kommer tillämpas under det målmedvetna urvalet. Trots att vi av den anledningen antar att svaren kan skilja sig åt mellan de olika företagen, så ser vi endast

fördelar i detta avseende baserat på vad vi tidigare nämnt om det heterogena urvalet. Vi argumenterar för att vår frågeställning handlar om att se hinder och drivkrafter med en delningsekonomi i en B2B kontext, vilket innebär att delning ska kunna ske mellan företag. Om alla företag hade varit likadana, hade de förmodligen besittit alltför likartade resurser, vilket hade kunnat innebära att man inte fann något nödvändigt att dela. Vi har därför valt att värdera just dessa olikheter högt i tron att det innebär en ökad potential för delning och att företag kan komplettera varandra i vilka resurser man har eller skulle behöva.

För att vidare kunna nå detta urval finns det enligt Saunders et al. (2016, s. 228) strategier för att erhålla tillgång till relevant data. Här nämns bland annat vikten i att göra sig bekant med exempelvis den organisation som man vill kontakta, ta sig an tillräckligt med tid i genomförandet att hitta data, tydliggöra vilken data som man vill samla, hitta fördelar för organisationer att tillgodose undersökningen denna data, samt använda lämpligt språkbruk (Saunders et al., 2016, s. 229). Det innebär bland annat att man bör vara ute i god tid för kontakt vid insamling, eftersom respons kan dröja eller utebli helt. Man bör då avvakta innan man tar ny kontakt och övergå från exempelvis mejl till genomförande av telefonsamtal. Författarna menar även att flertalet kontaktförbindelser kan behöva utföras för att nå fram till den mest lämpade personen som kan ge relevant information (Saunders et al., 2016, s. 230). Allt som allt vill man trycka på att denna process i sin helhet är tidskrävande och innebär god planering (Saunders et al., 2016, s. 231).

Utifrån denna strategi, har vi med noggrann planering och med veckors tidsmarginal sökt kontakt med potentiella respondenter. Processen påbörjades genom, precis som strategin ovan råder, att undersöka vilka företag som är verksamma i Umeå och som ingår inom parthandel/grossist-branschen. Detta genomfördes med hjälp av sökmotorer via internet. Därigenom kunde vi skapa en lista med företagsnamn för att vidare undersöka vilka kontaktvägar som fanns till högt uppsatta personer på samtliga verksamheter. Hos vilka det fanns mejladresser publicerat online, skickade vi en förfrågan om att delta som respondent i vår studie utifrån en beskrivning av arbetets syfte. Mejlen som sändes följde samma struktur, som dessutom granskades av uppdragsgivaren på Sharing Cities Sweden innan utskick. De som efter en vecka ännu inte återkommit med svar via mejl, blev uppringda genom de telefonuppgifter som framkommit från samtliga företags hemsidor. Vissa företag hade publicerat direkta kontaktvägar till högt ansvariga, medans andra hade växel-nummer eller butiksnummer som vi kontaktade först för att bli kopplade till lämpliga personer utifrån våra urvalskriterier.

4.1.2. Struktur av intervju

Förutom ett urval av respondenter, behöver intervjuerna förberedas utifrån en struktur. Saunders et al. (2016, s. 391) beskriver vilka vanliga strukturer på intervjuer som används inom kvalitativ forskningsdesign, där semi-strukturerade och djupintervjuer omnämns. Semi-strukturerade intervjuer innebär att forskaren utgår från teman och några grundläggande frågor som kan tillämpas olika beroende på kontexten, samt att följdfrågor kan tilläggas under processens gång. Djupintervjuer har å andra sidan inga förberedda frågor, vilket betyder att det är respondentens diskussioner som guidar dess innehåll. Däremot bör forskaren innan ha klart för sig vilket perspektiv som ska undersökas för att hålla sig inom ämnet (Saunders et al., 2016, s. 391). Gemensamt för de båda intervjustrukturerna är således en hög flexibilitet (Bryman & Bell, 2017, s. 456).

Syftet med forskningen spelar in i beslutet om vilken typ av intervju forskaren ska utföra (Saunders et al., 2016, s. 392). I och med vårt val av en utforskande forskningsdesign, menar Saunders et al. (2016, s. 392) att både semi-strukturerade och djupintervjuer kan bidra till att skapa en förståelse inom ämnet. Båda dessa intervjustrukturer är förenade med en låg grad av standardisering, vilket kan bidra till en låg tillförlitlighet av resultaten (Saunders et al., 2016, s. 397). Eftersom djupintervjuer helt saknar struktur, anser vi att semi-strukturerade intervjuer med ett antal förutbestämda frågor kan bidra på ett bättre sätt till att öka tillförlitligheten i vår studie. Vidare kan handlingen av att förbereda specifika teman och att delge de till respondenterna i förväg öka validiteten och pålitligheten i studien (Saunders et al., 2016, s. 402), samt att respondenterna kan förbereda nödvändiga företagsfakta som kan behövas. Bryman & Bell (2017, s. 456) framhäver dessutom att semi-strukturerade intervjuer passar bättre när flera forskare är delaktiga i studien för att skapa en viss överensstämmelse mellan intervjuerna, samt när det finns ett relativt distinkt fokus redan från början. Dessa argument stämmer väl överens med att vi är två författare involverade i studien och att vi från start hade ett uppdrag rörande delningsekonomi. Avslutningsvis väljer vi att utföra semi-strukturerade intervjuer med utgångspunkt i teman från forskningsfrågan som vi vidareutvecklat i teoriramverket.

4.1.3. Intervjuguide

Listan med bestämda teman och frågeställningar som brukar användas i en semi-strukturerad intervju brukar kallas för en intervjuguide (Bryman & Bell, 2017, s. 454). Det viktigaste med guiden är att den är utformad på ett sätt som gör det möjligt att förstå respondenternas sociala verklighet, samt att den ger plats åt en viss flexibilitet under intervjuerna (Bryman & Bell, 2017, s. 459). Vidare är det viktigt att kvalitativa intervjufrågor inte är allt för detaljerade för att kunna lämna öppet för upptäckten av nya föreställningar och idéer under genomförandet, samt att de är formulerade med ett begripligt språk (Bryman & Bell, 2017, s. 460). Vanligtvis ställer man olika typer av frågor, exempelvis är det viktigt att inkludera inledande frågor om respondentens bakgrund och uppföljningsfrågor om man vill ha ett mer utvecklat svar (Bryman & Bell, 2017, s. 462).

Förutom dessa riktlinjer har Bryman & Bell (2017, s. 460-461) kommit med anvisningar i hur man utformar den kvalitativa intervjuguiden, inbegripande; (1) utgå från forskningsområdet och frågeställningen, (2) vidareutveckla intervjuteman och formulera intervjufrågor som speglar dessa, (3) genomför pilotguide för bedömning och omformulera det som behövs. Följaktligen har vi i vår studie konstruerat intervjuguiden (se appendix 1) med utgångspunkt i de teman som utvecklats i teoriramverket utifrån vår forskningsfråga om hinder och drivkrafter. Inledningen på intervjuguiden består av introduktionsfrågor och bakgrundsfrågor för att kunna skapa oss en bild av grossistföretaget och respondenten, samt att vi i koppling till delningsekonomi ville få en överblick över vilka resurser företagen besitter - i synnerhet potentiella underutnyttjade resurser. Fortsättningsvis lägger vi fokus kring vår inriktning på hinder och drivkrafter och har därför valt att inkludera övergripande frågor om vilken potential respondenten ser för en delningslösning. Detta för att låta respondenterna diskutera fritt kring vilka faktorer som påverkar och eventuellt själva och på naturlig väg nämna något eller några av de områden som vi vill beröra, samt komma med nya infallsvinklar. Därefter följer dock mer specificerade frågor om påverkande hinder och drivkrafter till delning utifrån de faktorer vi tidigare konstaterat viktiga för att utforskas empiriskt; miljömässiga-,

ekonomiska-, sociala-, politiska- och trygghetsfaktorer. Inom dessa inkluderas uppföljande frågor om de underteman som inräknas under varje kategori.

Dessa frågor har utformats identiskt utan kronologisk ordning för att ge vår intervjuguide en flexibel struktur, då det möjliggör för oss att flytta om och anpassa ordningen på frågorna utifrån vad respondenten svarar. Vidare har vi tydliggjort i frågorna att det handlar om deras företag och bransch, för att hålla oss inom vår inriktning, samt för att försäkra oss om att samla in data från deras sociala verklighet. Beträffande språket i frågorna har vi anpassat utformningen för att skapa öppnare frågor och gjort de så lättbegripliga som möjligt för våra respondenter. För att ytterligare underlätta förståelsen av våra frågor har vi dessutom i förväg skickat ut ett informationsmejl (se appendix 2) bestående av intervjuens övergripande innehåll, samt bifogat ett dokument med förklaringar av viktiga begrepp (se appendix 3), dock utan att avslöja frågorna i förväg.

4.1.4. Pilotstudie

Som tidigare nämnt rekommenderar Bryman & Bell (2017, s. 266) att det genomförs en pilotstudie på de frågor som ska ingå i den huvudsakliga undersökningen för att få till den slutliga utformningen av intervjuguiden. Pilotstudien utförs även i syfte att säkerställa att processen i sin helhet är ändamålsenlig. Vidare har pilotstudier ett antal användningsområden där de mest relevanta för vår kvalitativa studie innefattar; att testa instruktioner och frågor för att känna oss mer säkra i dess användning och ordningsföljd och att upptäcka eventuella svårförstådda frågor, alternativt frågor respondenten ej vill besvara.

Saunders et al. (2016, s. 473) rekommenderar att man till att börja med bör presentera intervjuguiden för en expert inom området för att bekräfta frågornas lämplighet. Beträffande valet av deltagare till pilotstudien, ska individerna vara snarlika de faktiska respondenterna för att syftet med den ska kunna uppfyllas. Antalet individer som deltar i pilotstudien beror på ett antal faktorer, exempelvis storleken på studien och hur mycket tid som finns tillgängligt (Saunders et al., 2016, s. 473).

I vår studie inledde vi med att skicka intervjuguiden till Philip Näslund, vår uppdragsgivare på Sharing Cities Sweden, för att få en experts utlåtande inom delningsekonomi. När vi fått den godkänd av honom ville vi vidare testa instruktionerna och frågorna i sin helhet i en pilotstudie för att som tidigare nämnt känna oss säkra på hur intervjuguiden bör användas. Med tanke på att detta är en mindre studie i form av ett examensarbete, och på grund av svårigheter med tillgängliga personer under det rådande coronaviruset Covid-19, valde vi att genomföra två stycken pilotintervjuer med respondenter som fanns i vår närhet och som vi redan hade tillgång till. Värt att nämna är att dessa personer har egna företag och därför kan relatera till frågor om att dela företagets resurser. Dessa test resulterade i att vi reviderade vissa av frågorna som tycktes svåra att förstå till att erhålla en enklare utformning, samt att vi ansåg det nödvändigt i fortsättningen att fokusera på konkreta exempel som de själva tagit upp från deras egna företag för att få till en smidigare intervjuprocess och ett bättre samtal. Slutligen var vi beredda på att vi eventuellt efter den första "riktiga" intervjun skulle behöva förändra formuleringar och begrepp ytterligare, dock uppfattade vi aldrig att det fanns ett sådant behov.

4.1.5. Urvalsöversikt

Sammantaget fick vi ihop sex stycken respondenter från sex olika företag till att delta i en intervju. Utifrån rådande förutsättningar på grund av coronaviruset Covid-19 har det varit delvis svårt att nå respondenter som haft tid eller möjlighet att medverka i intervjun. Trots detta anser vi att det slutliga antalet varit tillräckligt för att nå en god nivå av insamlad data.

Här nedanför presenteras samtliga respondenter. Vi har dock valt att hålla urvalsöversikten konfidentiell och därför anonymiserat den, oavsett om de godkännt en offentlig medverkan eller inte. Respondenternas namn är därför fiktiva och har tilldelats efternamn som är kopplade till företagets verkliga inriktning inom branschen. Detta har vi valt för att underlätta för läsaren i resultat- samt analys-delen för att ge en snabbare uppfattning om vilken respondent som sagt vad. Vidare är beskrivningen av varje respondent kortfattad och medvetet begränsad med information för att förhindra möjligheten att utläsa vem individen och företaget är. Av den anledningen har vi endast med den fakta som är relevant och intressant för vår studie.

Tabell 2: Sammanfattning av intervjuer

Respondent	Företag	Position inom företaget	Inriktning inom branschen	Längd på intervju	Intervjuform
Respondent 1: Daniel Färskvara	Företag 1: Företag Färskvara	Chefs position	Livsmedel	39,08 minuter	Videoprogram online
Respondent 2: Adam Värme	Företag 2: Företag Värme	Chefs position	Värme system	36,41 minuter	Videoprogram online
Respondent 3: Per Watt	Företag 3: Företag Watt	Chefs position	El	33,51 minuter	Videoprogram online
Respondent 4: Alexander Mat	Företag 4: Företag Mat	Chefs position	Livsmedel	43,31 minuter	Videoprogram online
Respondent 5: Johan Industri	Företag 5: Företag Industri	Chefs position	Industri komponenter	41,15 minuter	Telefon
Respondent 6: Casper Ström	Företag 6: Företag Ström	Chefs position	El	32,57 minuter	Videoprogram online

Daniel Färskvara/Företag Färskvara:

Företag Färskvara är en livsmedelsgrossist vilken verkar över hela Sverige. De erhåller både produkter och tjänster, vilka de säljer eller hyr ut till kunderna. Dess främsta resurser

består av lokalen innefattande kontor, mötesrum och kylrum, men även personal och fordon.

Adam Värme/Företag Värme:

Företag Värme är både ett tillverknings- och grossistföretag och tillhandahåller sina kunder med värmesystem, tillsammans med ett högt tjänsteinnehåll. Företagets resurser inbegriper deras personal, lokaler såsom huvudkontor och tillverkningsfabrik, samt maskiner och verktyg.

Per Watt/Företag Watt:

Företag Watt är en elgrossist med ett brett produktsortiment av olika artiklar och produkter, allt från tvåvägsuttag till solpaneler och även brytare, elcentraler och laddstationer. Personal och dess kunskap ses som en stor resurs i företaget.

Alexander Mat/Företag Mat:

Företag Mat är en grossist som verkar inom branschen livsmedel, och levererar försäljning av diverse artiklar och produkter över hela Sverige. Resurser inom företaget utgörs först och främst av deras lokal, men även av dess personal och hjälpverktyg såsom rullvagnar, pallar och truckar.

Johan Industri/Företag Industri:

Företag Industri har industrier som främsta kunder, vilka de erbjuder produkter och tjänster. De arbetar med en rad samarbetspartners och besitter stora lager som främsta resurs. Personal och tjänstebilar omnämns också som en primär resurs för den lokala verksamheten.

Casper Ström/Företag Ström:

Företag Ström utgör en elgrossist och bedriver försäljning av elartiklar av olika slag. De primära resurserna för Företag Ström består av personalen och den kunskap de besitter, samt de relationer som hunnits byggas upp under åren. Vidare förfogar de över en stabil logistik och materiella resurser i egenskap av deras centrallager och verktyg.

4.1.6. Utförande av intervjuer

Platsen där intervjuerna utförs kan ha en påverkan på den data som samlas in, varför det är viktigt att välja en avskild plats där både forskarna och respondenterna känner sig bekväma (Saunders et al., 2016, s. 403). En vanlig plats när intervjun innefattar en företagsanställd är respondentens kontor, vilket medför fördelen att denne kan tillhandahålla nödvändiga företagsdokument. En sådan plats tenderar också att vara ostörd av andra ljud, vilket är väsentligt när en intervju ska spelas in (Saunders et al., 2016, s. 404). Det rekommenderas att både spela in intervjun om det tillåts, samt att ta anteckningar under processen ifall inspelningen skulle misslyckas, eller för att komma ihåg andra intryck än det som sägs (Saunders et al., 2016, s. 411).

Utöver platsen för intervjun, spelar forskarnas beteende en stor roll under utförandet. Det bör läggas en stor vikt i hur intervjun öppnas upp, företrädesvis genom att noggrant presentera ens studie och dess syfte och hur de lämnade uppgifterna kommer att behandlas (Saunders et al., 2016, s. 405-406). Vidare finns ett par tekniker man bör ha i åtanke rörande hur frågorna förs fram; de bör ställas på ett sätt som reducerar risken för partiskhet för att öka tillförlitligheten av datan, de ska presenteras på ett tydligt sätt för att försäkra förståelse och det kan vara en bra idé att spara känsligare frågor mot slutet

när ett förtroende har skapats (Saunders et al., 2016, s. 407). Förutom frågorna är en viktig del i en semi-strukturerad intervju att koncentrera sig på att lyssna uppmärksamt eftersom syftet är att förstå respondentens sociala verklighet (Saunders et al., 2016, s. 410).

Inledningsvis valde vi i vår studie att erbjuda respondenterna att genomföra intervjun på deras kontor och företag. Detta för att följa de faktum som presenteras ovan och göra respondenterna trygga i och med en bekväm miljö, samt för att bättre uppfatta responsen under intervjun. Denna strategi ändrades dock på grund av rådande omständigheter kring coronaviruset Covid-19, varför vi istället valde att erbjuda respondenterna en alternativ miljö för intervjun online. Detta för att undvika smittspridning och värna om respondenternas hälsa, samt vår egen. Samtliga intervjuer har därför skett via videoprogrammet Zoom med ett undantag där intervjun istället skedde över telefon på grund av tekniska bekymmer hos respondenten. De flesta intervjuer har därför haft videoupkoppling för att efterlikna ett så nära fysiskt möte som möjligt genom att se och höra varandra tydligt. På så vis kan vi även lättare få en uppfattning om respondenternas svar och reaktioner på våra frågor, samt att respondenten förhoppningsvis kan känna en ökad trygghet av att se de som ställer frågorna.

Trots ombyte av miljö var vi ändå noggranna med att välja plats för vart vi själva skulle sitta under intervjun. Vanligtvis genomfördes de inomhus hos en av oss för att undvika störande ljud eller andra distraherande moment. Det bör även poängteras att vi gjorde ett aktivt val i att alltid sitta tillsammans under varje intervju, dels för att stötta och avlasta varandra under intervjuens gång men också för att säkerställa att de utfördes på ett likartat vis och att vi var två i att uppfatta intervjuens omfång. Med det menas att vi ville undvika att intervjuerna genomfördes på alltför olika sätt, vilket skulle kunna innebära avsevärda skillnader i intervjuernas resultat och minska studiens kvalitet och trovärdighet. Likväl gäller uppfattningen av respondenternas svar, vars betydelse stärks om vi är två som uppfattar de på liknande sätt.

Tio minuter innan avsatt tid skickades en länk till respondenten för att koppla upp sig online på den digitala mötesplatsen. För att underlätta intervjun och undvika att tala i munnen på varandra, ansåg vi att en av oss bör inta ett huvudansvar i kontakten med respondenten och styra över frågorna medan den andre antecknade, höll koll på tiden samt inflikade med följdfrågor om så behövdes. Huvudansvaret fördelades mellan oss i varannan intervju. Vidare har alla intervjuer inletts med en upprepning av studiens syfte och information om respondenternas rättigheter att avbryta sin medverkan om de vill, utlova dem anonymitet eller neka oss att spela in intervjun för transkribering. Vi har även tillfrågat respondenterna om de önskar ta del av rapporten när den sedan slutförts.

Intervjuerna har haft stöd av den tidigare nämnda intervjuguiden som vi haft utskrivet framför oss. Dess utformning har gjort det möjligt att flexibelt ställa frågor beroende på respondenternas naturliga beröring av ämnen inom delning och dess hinder och drivkrafter. De faktorer som respondenterna nämnt självmant utan att en fråga ställts om specifikt den faktorn, har vi valt att främst fokusera på i första hand. Vi har senare eftersträvat att ställa frågor i syfte att beröra samtliga teman i vår intervjuguide. Generellt har vi även försökt spinna vidare på nyupptäckta faktorer som ligger utanför vår egen guide, menat faktorer som inte framkommit från tidigare studier. Vi har också eftersträvat att ställa så öppna frågor som möjligt men har även frågat om förtydligande om något svar varit oklart eller behövt utvecklas. Intervjuerna har avslutats genom att fråga om

respondenterna har något ytterligare att tillägga, en förfrågan om tillåtelse att återkomma om något i intervjun behöver tydliggöras, samt att vi tackat för deras medverkan.

I efterhand kan man argumentera för att vi skulle ha varit mer noggrann i att be respondenterna att utveckla sina svar ytterligare, för att på så vis få ännu djupare analyser och slippa läsa mellan raderna på vissa av respondenternas svar. Att lämna fler konstpauser skulle också varit passande, så respondenterna fick mer betänketid att själva fylla i och utveckla sina svar. Vi uppfattade det dock svårt i och med den digitala intervjumetoden.

4.2. Kvalitativ dataanalys

4.2.1. Förberedelse av kvalitativ data

Med hänsyn till trovärdigheten av data, menar Saunders et al. (2016, s. 412) att anteckningarna från en intervju bör sammanställas så snart som möjligt efter dess slut för att undvika försummelse av detaljer. Vidare finns det ett antal andra faktorer som bör registreras av forskarna efter en intervju, innefattande; tid och datum, plats och dess omgivning, bakgrundsfakta om respondenten och slutligen ens egna uppfattning om intervjuens genomförande (Saunders et al., 2016, s. 412). Vi har följt dessa rekommendationer i vår studie och har efter varje enskild intervju sammanfattat de anteckningar vi producerat under genomförandet, samt skrivit ner viktiga uppgifter såsom helhetsuppfattning om intervjun och respondentens sätt att svara.

När intervjuerna är inspelade och anteckningarna summerade blir nästa steg i att förbereda den kvalitativa datan för analys att transkribera. Processen av att transkribera innebär att översätta och utforma talspråket från intervjun till ett skriftligt språk (Saunders et al., 2016, s. 572). För analysen av data är det viktigt att få ner vad som sägs på papper, men också på vilket sätt - varför en tydlighet av de utbyten som sker betonas i transkriberingsprocessen (Bryman & Bell, 2017, s. 466). Det finns en mängd fördelar med att transkribera data, där vi har valt att använda metoden eftersom det hjälper minnet på traven under analysprocessen och underlättar en detaljerad förståelse av det som tidigare sagts (Bryman & Bell, 2017, s. 465). Från ett kritiskt perspektiv är transkribering av ljudfiler en väldigt tidskrävande process (Saunders et al., 2016, s. 572), varför vi har valt att genomföra intervjuerna i god tid, samt valt att transkribera respektive intervju direkt efteråt för att det inte ska samlas en hög med stor mängd data.

4.2.2. Analysmetod och process

Analysering av data från en kvalitativ undersökning är känt som en svår och omfattande process i och med hanteringen av stora mängder datamaterial. Till skillnad från analys av data i en kvantitativ undersökning, finns här få erkända analysmetoder (Bryman & Bell, 2017, s. 537). Saunders et al. (2016, s. 567) presenterar dock ett fåtal olika analysmetoder för kvalitativ data, där tematisk analys är en av dem. Den innebär att man letar efter återkommande teman som dyker upp efter kodning av det insamlade materialet från exempelvis en intervju. Metoden har ett antal fördelar, bland annat att den effektivt sorterar stora mängder data, hjälper en att hitta nyckelbegrepp och mönster, samt att den till sist gör det lättare att dra slutsatser av en undersökning. Denna typ av metod är gynnsam för studier med ett interpretivistiskt synsätt och studier som ägnas till att undersöka individers attityder och ageranden (Saunders et al., 2016, s. 579).

Vi har valt att använda oss av den tematiska analysmetoden i vår studie, eftersom vi både tillämpar interpretivismen och berör sociala aspekter i vår forskningsfråga. Tillvägagångssättet av denna metod innefattar ett antal steg som kan vara praktiska att följa vid analysen. Till att börja med bör man göra sig bekant med den data som framkommer vid transkriberingarna från exempelvis genomförda intervjuer, vilket innebär att man aktivt måste läsa in sig på datamaterialet vid flertalet tillfällen. Vidare bör man koda materialet för att lättare organisera vilka delar i innehållet som är av värde för ens studie. Kodning betyder att man märker och kategoriserar data, vilka kan bestå av meningar eller ord (Saunders et al., 2016, s. 580). Vi valde att skriva ut varsitt exemplar av alla intervjuer på papper för att få en bättre överblick, samt att vi anser det enklare att gå tillbaka till viktiga partier i materialet i utskrivet format. Inledningsvis läste vi in oss på materialet och började därefter med färgkodning där vi koncentrerade oss på koder i koppling till vår forskningsfråga och som nämndes i stor omfattning på liknande sätt av respondenterna.

När all kodning är genomförd inleds nästa steg som innebär att hitta mönster och relationer mellan samtliga koder. Relaterade koder genererar vidare olika teman som koderna samlas under (Saunders et al., 2016, s. 584). I sista steget arbetar man med att värdera dessa, bland annat genom att dela upp de i huvudteman och underteman. Framförallt reflekterar man över respektive temas koppling till studiens forskningsfråga för att kontrollera såvida de är meningsfulla och användbara för att kunna dra slutsatser senare i studien (Saunders et al., 2016, s. 585). När vi hade slutfört kodningen i vårt arbete, började vi först och främst utifrån den deduktiva ansatsen att samla ihop de koder som vi ansåg hörde till respektive faktor från tidigare forskning, för att kunna se dess betydelse i en B2B kontext. Utöver denna indelning, kunde vi även dela upp ytterligare relevanta koder vi funnit i materialet under nya teman av påverkande faktorer, vilket följer en induktiv ansats. Analysavsnittet består därför av både en jämförelse av empirin med tidigare teori, samt analys av de nya faktorerna som identifierats.

4.3. Etiska överväganden

En central del i forskningsprocessen är att vara medveten om de etiska principer som finns, samt om dess inverkan på studien (Bryman & Bell, 2017, s. 145). Vi har valt att utgå från Diener & Crandalls (1978, refererad i Bryman & Bell 2017, s. 146) indelning bestående av; (1) skada för deltagarnas del och konfidentialitet, (2) samtyckeskrav, (3) intrång i privatlivet och (4) falska förespeglningar. Den första principen med avseende på skada för deltagarna kan syfta på ett flertal olika företeelser såsom; stressrelaterade faktorer, fysisk skada eller försummelse av deras anonymitet. Det sistnämnda förhållandet menar att det inte ska finnas möjlighet till att identifiera respondenterna i slutresultatet, och detta rekommenderas att forskarna tar upp med respektive deltagare för att säkerställa anonymitet (Bryman & Bell, 2017, s. 147). Värt att nämna också att respondenterna inte alltid själva gör valet att vara anonyma - det viktigaste är att alla är överens (Bryman & Bell, 2017, s. 148). Vi har således under våra intervjuer inledningsvis frågat respondenterna huruvida de vill vara anonyma, både vad gäller den enskilda personen, samt deras företag.

Principen om samtyckeskrav anspelar på att respondenterna ska få tillräckligt med information för att kunna göra ett berättigat val i att godkänna eller avböja sin medverkan i studien (Bryman & Bell, 2017, s. 150). Denna informationen bör innefatta varför det

finns ett behov av deras deltagande och vad deras medverkan innebär, samt hur datan ska bearbetas och slutligen presenteras (Bryman & Bell, 2017, s. 151). Denna etiska princip har vi tagit hänsyn till som tidigare nämnt, genom att informera respondenterna via mejl vad studien och intervjun behandlar, samt att vi inledningsvis i intervjun frågat om lov angående att spela in och förklarat hur dessa inspelningar vidare kommer att behandlas.

Den tredje principen behandlar respondentens rätt till ett privatliv, där det anses oetiskt att via exempelvis en metod eller ett beteende överskrida den rätten. Emellertid är det svårt för forskare att veta exakt vad som kan uppfattas som privat hos respektive individ. Av den anledningen bör man inta ett tillvägagångssätt där varje respondent behandlas individuellt på ett sensitivt sätt, där möjligheten alltid finns för dem att avbryta sin medverkan (Bryman & Bell, 2017, s. 154). Vi har anpassat oss efter principen om respondenternas privatliv genom att utforma intervjun med fokus på de företag som representeras, inte utifrån respondentens privata liv eller hur denne använder delning på exempelvis sin fritid. Om svaren dock leder in på respondenternas privatliv, ska detta ha skett självmant från deras egna initiativ. Initialt har vi även förtydligat för dem att de när som helst kan stoppa intervjun om de så önskar.

Avslutningsvis består den sista principen av att forskarna bör undvika en vilseledning av respondenterna, med andra ord inte ge sken av att studien behandlar något annat än den faktiskt gör (Bryman & Bell, 2017, s. 154). Däremot är det sällan eftersträvansvärt eller rimligt att delge respondenterna en uttömmande beskrivning av undersökningen, varför det blir svårt att veta vart gränsen går (Bryman & Bell, 2017, s. 155). Som vi nämnt tidigare har vi enligt denna princip valt att skicka studiens syfte och de övergripande teman som intervjun kommer behandla till respondenterna, bland annat för att undvika en vilseledning. Därutöver för att ytterligare säkerställa att de förstår vad studien faktiskt behandlar har vi återupprepat studiens syfte i början av varje intervju.

5. Empiri

I empirikapitlet presenteras våra resultat från datainsamlingen. Inledningen av kapitlet beskriver vilka underutnyttjade resurser som finns inom företagen, samt den potential de ser för delning. Fortsättningsvis följer strukturen de teman inom hinder och drivkrafter vi funnit i tidigare teori (figur 4) och som präglat en stor del av intervjufrågorna under insamlingen. Vidare presenteras några nya påverkande faktorer som uppkommit från flertalet respondenter, följt av en sammanfattning av resultaten.

5.1. Underutnyttjade resurser och potential för delning

Vi har i detta första avsnitt valt att sammanställa respondenternas svar på de bakgrundsfrågor som vi ställt gällande underutnyttjade resurser, samt deras syn på potentialen till delning. Vi har tidigare i arbetet berört det viktiga i att undersöka ifall det finns några underutnyttjade resurser hos företagen, för att därefter kunna beakta vilken potential och vilka möjligheter det finns för företagen att implementera en delning. Potentialen har berörts av respondenterna både utifrån deras egna företag och från ett branschperspektiv med blandade svar på hur väl delningsekonomin i en B2B kontext ses som möjlig att implementeras.

När vi ställer frågan om det existerar några underutnyttjade resurser inom företaget uttrycker sig Per Watt kortfattat och menar att det inte finns några i hans företag. Casper Ström menar att hans företag försöker utnyttja sina resurser så effektivt som möjligt på grund av den höga konkurrensen i branschen, varför de således infört bland annat teknologiska lösningar i företaget som ser till att kapaciteten används till fullo.

Vidare nämner resterande respondenter olika tänkbara resurser för delning, varav en är personalen i företaget enligt Adam Värme, ifall det skulle vara möjligt att använda de i andra sammanhang. Daniel Färskvara kommer först att tänka på företagets bilar som en underutnyttjad resurs eftersom de står still en stor del av tiden, men diskuterar även lokalens höga takhöjd som något som inte utnyttjas till fullo i dagsläget. Även Johan Industri tar upp just bilar och sin lokal. Liknande Daniel Färskvara, menar Johan Industri att bilarna är en resurs som ofta bara står, samt att; *“[...] vi har ett konferensrum som står mycket tomt, jättemycket. Vi har ju några utbildningar per år, också har vi lite månadsmöten och så vidare men på övrig tid så står det ju alltid tomt”*. Likaså resonerar Alexander Mat på vilket sätt företagets lokal inte utnyttjas till hundra procent, och menar att trots att de förfogar över den 365 dagar om året, brukas den kanske endast 230 dagar. Dessutom nämner han att den endast används på dagtid mellan klockan sju och fyra, något som väcker tankar hos honom kring ytterligare resurser att dela; *“[...] om man tänker att man hade någon som använder dem [resurser] i vår lokal från klockan fyra på kvällen till klockan sju på morgon, då hade de kunnat använda i princip exakt samma grejer, de kan använda våra truckar, vår lokal, vår varumottagning, vår utlastning, det är ju helt tomt här då”*.

Trots att flertalet beskrivit förekomsten av underutnyttjade resurser inom företaget, uttrycker en del respondenter sig skeptiskt på den inledande frågan om delningens potential och menar att man har svårt att spontant se var en delningslösning är användbar. Daniel Färskvara har exempelvis svårt att tänka sig tillämpning av delning på plats i Umeå och nämner inledningsvis potentialen kopplat till andra städer vars hans företag också är verksamt; *“Det kanske finns mer chanser söderöver runt Stockholm men här uppe har*

jag ingen jättebra idé för vad man skulle kunna göra". Likväl nämner Johan Industri tidigt i intervjun att han är tvivelaktig i vad han kan tillföra vår studie när vi frågar om potentialen till delning. Än svårare har Per Watt att se delningens potential inom branschen och menar att det har med just branschen att göra, att konkurrens och ovilja att samarbeta utgör den låga potentialen till att dela.

Trots ovan beskrivna uppfattningar om delningens potential som en av de inledande frågorna, har flertalet respondenter återkommit till detta senare under samtalet och utvecklat sitt resonemang kring ämnet. Exempelvis under intervjun med Daniel Färskvara, diskuteras företagets bilar frekvent som en underutnyttjad resurs vilken får oss att ställa frågan hur han ser på potentialen att dela de med andra; *"Jag skulle lätt kunna göra ett schema för hur bilarna används, det skulle gå på 5 minuter om jag skulle göra det schemat och lägga ut det på någon grupp där alla skulle kunna se att okej, den här bilen är ledig"*. Även när vi avslutar samtalet med Daniel Färskvara, kommenterar han att det är flertalet insikter om delning som väckts som han inte tänkt på tidigare. Han menar vidare att han skulle kunna ta upp dessa med huvudkontoret eller till och med genomföra en delning på eget bevåg, något som skiljer från vad han inledningsvis nämnde kring delningsekonomin potential.

På liknande vis utvecklas samtalet med Adam Värme som närmare slutet av intervjun resonerar kring den sociala faktorn där han kommer in på delning som ett samarbete. Han nämner då; *"[...] det är något som jag faktiskt ska prata med ledningsgruppen om och se om man kan samarbeta med någon"*. Han menar att det väckts en del tankar hos honom under intervjun om initiativ till delning, vilket han även antecknar ner för eget bruk. När vi därefter börjar avsluta samtalet nämner han att intervjun inspirerat honom till att testa delning där han ser en möjlighet att dela personal. Alexander Mat resonerar även han kring potentialen till delning; *"Det är inget snack om saken, vi skulle kunna ta på oss andra uppdrag eller hantera åt någon annan eller vad som helst. Så att det finns ju möjligheter"*.

Även Johan Industri, som inte trodde sig kunna bidra till vår studie, började senare i intervjun resonera kring företagets konferensrum när vi frågade om han tror på potentialen att dela någon yta av deras lokal; *"Det [konferensrummet] skulle kunna utnyttjas till mycket större grad, helt klart. Om någon skulle säga, kan vi få hålla utbildningar i era lokaler, ja, de står ändå tomma, det är inga bekymmer. Så att där finns en potential, det gör det"*. Han nämner även i slutet på intervjun att företaget pratat ihop sig med ett annat företag från en närliggande bransch med tanken att dela en bil vid utkörning av produkter, en lösning som han själv väljer att kalla delningsekonomi.

Avslutningsvis återfinns Casper Ström som främst resonerar kring potentialen till delning generellt i branschen, eftersom han menar på att hans egna företag inte har några underutnyttjade resurser. Han menar även att det kan vara svårt att dela eftersom företaget främst hyr och leasar sina lokaler och resurser. Av den anledningen ser han mer potential hos andra företag. Per Watt har även han svårt att se potential i att dela utifrån sitt eget företag men, till skillnad från Casper Ström, ser han inte någon större potential i branschen generellt på grund av vad han tidigare poängterat om konkurrens.

5.2. Miljömässiga faktorer

När vi inledningsvis ställt en generell fråga till respondenterna hur företagen arbetar med hållbarhet idag, har det framkommit som något som driver företagens arbete i allmänhet och det arbetas aktivt på olika sätt mot en bättre miljö. Dock är det endast två av sex respondenter som självmant tar upp miljömässiga faktorer när vi frågar om allmänna hinder och drivkrafter till delning, samt att majoriteten inte anser miljön som en starkt påverkande faktor i sig.

Daniel Färskvara är en av de som tagit upp miljömässiga faktorer på eget initiativ där han menar att dessa, tillsammans med ekonomiska faktorer, är de största drivkrafterna till en delningslösning för företaget. En positiv påverkan på miljö betonas ytterligare som drivande när han pratar om företagets stillastående bilar; *“[...] också miljömässigt att alla ska ha en bil var ungefär, då är det ju mycket bättre om alla kunde utnyttja en bil tillsammans”*.

Även Johan Industri kommer självmant in på ämnet när vi frågar om allmänna drivkrafter och ser miljöfaktorer som potentiellt drivande när man betraktar det ur ett långsiktigt perspektiv. Dock nämns miljöeffekter som något positivt i förbifarten snarare, efter att han betonat de ekonomiska drivkrafterna till delning. Alexander Mat pratar om miljömässiga faktorer på liknande vis när vi frågar honom om denna faktors påverkan. Han menar att det både blir miljömässiga och ekonomiska vinningar i en delningslösning, men att endast den senare faktorn är vad som driver till dess tillämpning. I hans exemplifiering av att dela bilar, anser han det positivt att det ger en minskad miljöpåverkan. När vi dock ber honom förtydliga svaret gällande om miljömässiga faktorer därför är en drivkraft till delning, drar han sig från att svara; *“Jag törs nästan inte svara... naa, jag skulle inte gå igång [på tillämpning av delning på grund av miljön]”*. Detta är även något han konstaterar när han nämner ett framtida eventuellt samarbete med ett annat företag i syfte att dela lokaler och vad som drivit dem till det; *“[...] det var inte det [miljömässiga drivkrafter] som var huvudfjädern”*. Likaså svarar slutligen Casper Ström att miljö absolut skulle kunna vara en bidragande faktor, men utan att lyfta fram det som en primär drivkraft. Det var inte heller något som han självmant kom att tänka på om vi inte ställt just den frågan.

Adam Värme pratar i allmänhet väldigt omfattande om hållbarhet och det arbete som företaget gör i frågan. Av den anledningen anser han att den miljömässiga faktorn skulle kunna vara något som driver dem till delning, men är inget som respondenten utvecklar ytterligare eller tar upp som främsta drivkraft när vi frågar vad som skulle driva dem som mest. Per Watt å andra sidan är generellt negativ till att en delning ens skulle kunna ske i branschen på grund av den höga konkurrensen som finns idag, varför det finns få drivkrafter enligt honom i allmänhet, inklusive miljömässiga drivkrafter.

5.3. Ekonomiska faktorer

Vid samtliga intervjuer har ekonomiska faktorer kommit på tal utan att vi initierat till detta genom att tillfråga respondenten om just denna faktor som potentiell drivkraft eller hinder till delning. Den ekonomiska faktorn var därför den enda faktorn som alla respondenter självmant benämnde till skillnad från resterande faktorer inkluderade i intervjuguiden.

Daniel Färskvaras företagsbilar används för att köra ut leveranser, vilket dock sker under några få dagar i veckan och under några timmar per dygn; *“Jag skulle absolut säga att en minskning av kostnader är en stark drivkraft eftersom vi står och betalar bilarna, ofta är det ju leasing på företagsbilar så då står de och kostar varje dag egentligen, varenda månad, vartenda år”*. Daniel Färskvara ger även exempel på situationer där han stött på konkurrenter under sina utkörningar, där det visat sig att konkurrenten levererat till ungefär samma kunder under liknande tidpunkter. Vetskapen om att man kör två halvfulla bilar fick honom att fundera över varför man inte går ihop och göra endast en gemensam leverans. Han svarar följande när vi frågar om vad som skulle driva företaget till en sådan lösning; *“Miljömässigt och ekonomimässigt skulle jag egentligen säga är de största drivkrafterna, det skulle jag absolut säga”*.

Även Alexander Mat återger vad som kan tänkas driva honom med att dela företaget underutnyttjade resurser; *“Då skulle man ju kunna dela kostnader, för att truckarna de står ju bara här på nätterna, det är ju ingen som kör dem”*. Han pratar således om delning i ekonomiska termer, där han väger för och nackdelar beroende på eventuella kostnadsbesparingar; *“[...] det är klart, skulle någon säga att ja men vi tar halva er hyra, ja men det är klart då är det ju helt plötsligt jävligt intressant”* och syftar till att dela lokalen med någon annan. Dock poängterar han att storleken på slanten för delningslösningen har betydelse. Detta eftersom han anser att det finns risk att något strular vid en delning, därför måste summan vara stor nog för att en delning ska kännas värd att tillämpa. *“Så om de ger oss 8000 i månaden [för att hyra lokalen] så är jag inte intresserad av strulet, men om de säger att vi får 80 000 i månaden, jamen okej då måste vi ju åtminstone börja fundera, då har vi ju ett pris, ett värde”*. När vi frågar om Alexander Mat kan tänka sig någon annan drivkraft än den ekonomiska är svaret nej, han har svårt att hitta någon annan fördel än att man delar på just kostnader.

Generellt menar Casper Ström att en verksamhet inom hans bransch kan infinna mer lugn när lönsamheten är god och att det därför är viktigt att en delningslösning ger en ekonomisk vinning. Av den anledningen ser han den ekonomiska faktorn som det primära. Casper Ström pratar inte endast utifrån sitt eget företag och dess resurser, istället uttrycker han förslag kring vilka delningslösningar som kan existera mellan andra företag i branschen och vad han tror skulle hindra eller driva dem. *“Om man leker med tanken med att man har två firmor som ligger bredvid varandra, och man skulle vilja ha en wellpapp press [...] men man kanske inte har råd att just då investera i en egen. Om då grannen har möjlighet att samfinansiera den på något sätt och använda den båda två så ser jag ju det som lättare.”* Även här är den ekonomiska faktorn i fokus för en delning.

När vi ber Johan Industri och Adam Värme att även de tänka högt kring vad de tror skulle driva eller hindra till en delningslösning mellan företag i branschen, nämns ekonomiska faktorer återigen. Adam Värme uttrycker att; *“[...] ekonomiska drivkrafterna är ofta de som motiverar”* och Johan Industri menar att det hade säkert varit bra för många företag om man kan dela på just kostnader. Den senare respondenten pratar vidare om sitt eget företag och förklarar att de i dagsläget tillämpar en typ av delningslösning i vilken de hyr ut en del av sitt lager till andra företag. När vi frågar vad som drivit dem till detta svarar han; *“[...] dels är det ju ekonomi för att de hyr ju platser av oss [...], så det är en ekonomisk vinning i det”*.

Per Watt ger dock en annan vinkel av den ekonomiska faktorn i denna fråga. Han menar, genom ett exempel att hyra ut en maskin till ett annat företag i branschen, att intäkterna

som det kan generera ändock inte är en drivkraft. Detta eftersom han anser att samarbeten mellan företag i denna bransch är obefintligt eftersom man ser varandra som konkurrenter. Man vill därför inte dela med någon om det innebär ekonomiska fördelar för den andre. Han tydliggör detta när vi frågar honom specifikt om vad som hindrar företag till att samarbeta i form av en delningslösning; *“Pengar”*, är hans svar. När vi dock kommer in på att företagen inom respondentens bransch skiljer sig åt i produktutbud och kundgrupper, tror Per Watt mer på möjligheten att dela. *“Men jag ser det inte alls omöjligt att man har samarbete med grossar som inte är i samma bransch. Absolut inte”*.

5.4. Sociala faktorer

Från det teoretiska ramverket har vi tagit hänsyn till den tidigare forskningen kring den sociala faktorn, där man pratar om sociala interaktioner och viljan till att skapa gemenskap vid valet att ingå i en delningsekonomi. Endast två respondenter från vår empiri har nämnt sociala faktorer som något drivande och resterande har väldigt kortfattade svar. Respondenterna ser framförallt den sociala faktorn som att ingå i samarbeten, dock är detta inte något som ses som en påverkande faktor, istället som något man måste ingå i för att delningen ska existera.

Adam Värme har i allmänhet pratat om vikten i att företag verkar på mindre orter för att stötta det lokala näringslivet. Förutom företagets verksamhet i Umeå, återfinns dess huvudverksamhet på en annan mindre ort, något han gett löfte om ska befinna sig där fortsättningsvis eftersom det skapar arbete i samhället där den verkar. När vi kommer in på delningsekonomi och frågar honom om vilken som skulle vara den starkaste drivkraften till en sådan implementering svarar han, förutom ekonomiska fördelar, att samhällsnytta är en faktor. Adam Värme bekräftar att han kan tänka sig att en gemenskap företag sinsemellan kan vara drivande för en delningslösning och ger exempel på sammanhållningen på mindre orter där fler känner varandra. Han menar att det således skapas fler samarbeten mellan företag och en faktisk vilja att hjälpas åt.

Per Watt har varit inne på liknande spår gällande samarbete mellan företag i allmänhet. När vi undrar om skapandet av gemenskap kan påverka valet till delning, nämner även han att det kan vara bra för företag att hjälpas åt. Dock poängterar han att olika typer av samarbeten har han endast bevittnat i andra branscher och att han inte ser det ske i just denna bransch och därför anser han inte den sociala faktorn som en drivkraft.

Ovanstående respondent är inte helt ensam i sitt tycke om att existensen eller viljan att samarbeta mellan företag i denna bransch är låg. Även Johan Industri uttrycker liknande när vi pratar om potentialen att dela resurser med andra företag; *“Om man försöker tänka på våran bransch i stort, det finns ju vissa företag som aldrig någonsin skulle samarbeta för att det är liksom för infekterat med historier som har varit”*. Dock poängterar han att grossister med olika produktutbud och kundgrupper troligen skulle ha lättare till delning och syftar specifikt till att ett kunskapsutbyte skulle vara givande, detta av erfarenhet från att företaget har en sådan typ av delning idag. Johan Industri menar att trots att företaget som man utbyter kunskap med skiljer sig avsevärt från sitt eget, är det givande om man har någon typ av gemensam nämnare. Denna delning är drivet av att det är relationsbyggande och att de lever på försäljning vilket bygger på just goda relationer. Avslutningsvis klargör han att denna delning ses som en social faktor; *“Det är det kraftfullaste för oss, det är helt klart att vi har bra relation och det är ju också i allra högsta grad socialt [...] då är det ju helt klart ett socialt utbyte absolut”*.

Resterande respondenter är rätt kortfattade i svaren kring gemenskap och den sociala faktorn. Casper Ström svarar kort att gemenskap absolut skulle kunna vara en drivande faktor till delning och nämner branschorganisationen SEG som han menar samlar branscherna för att gemensamt beröra vissa frågor och skapa förutsättningar för samarbeten. Daniel Färskvara svarar dock nej rörande samma fråga; *“Jag tror att just nu, det vi levererar idag - kanske inte”*. Avslutningsvis pratar Alexander Mat om den sociala faktorn i termer av samarbeten, något hans företag inte skulle ha något större problem att ingå i. Dock återgår han till att själva drivkraften till det alltid ändå bottnar i den ekonomiska faktorn.

5.5. Politiska faktorer

Politiska faktorer såsom diverse lagar och regler var något som de flesta respondenter inte såg som ett hinder eller en drivkraft till delning. Dels då knappt någon nämnde detta självmant men dels även eftersom fyra stycken svarade nekande på frågan om de såg det som en påverkande faktor.

Två av respondenterna diskuterade emellertid lagar som ett hinder, med ett specifikt fokus på konkurrenslagar. Casper Ström menar att det finns en risk med att inleda ett delningssamarbete med en aktör som är för lik och därför klassas som en konkurrent, eftersom det finns regler kring att konkurrenssituationen måste vara sund. Han utvecklar detta genom att prata om risken för att karteller skapas i sådana här delningssamarbeten; *“Risken är ju att det blir någon typ av kartell liknande grej när man sitter i samma lokal [...], jag tror att det skulle vara svårt att få det lagligt överhuvudtaget”*. Även Adam Värme förklarar att i och med konkurrenslagstiftningen, så kan man inte skapa samarbeten med vem som helst, samt att *“Jag får ju inte ha ett nära utbyte med VD hos de stora konkurrenterna [...], det skulle kunna upplevas som att vi håller på att göra karteller eller annat sådant där, så man får vara försiktig”*.

De fyra övriga respondenterna tycker sig inte se politiska faktorer som ett hinder till delning. Alexander Mat tycker varken att det finns politiska hinder eller att politikerna försöker driva på incitament till delningslösningar bland företag. På liknande sätt finns det enligt Johan Industris kännedom inga politiska hinder i branschen när vi frågar honom. Både Alexander Mat och Johan Industri nämner dock eventuella problem med vem som bär det juridiska ansvaret om något problem uppstår. Alexander Mat menar; *“Just de här ansvarsfrågorna de är ju viktiga, delar man bilar med varann, vem äger bilen? Vem är försäkrad? Hur gäller försäkringen [...]”*. Johan Industri tar en eventuell delning av sin egen tjänstebil som exempel, vilken beskattas av honom. Han anser att det skulle vara krångligt att anpassa sig efter beskattningsreglerna och försöka räkna ut hur mycket skatt var och en ska betala, varför han tycker sådana typer av regler sätter stopp för en delning av just detta slag.

Vidare pratar Daniel Färskvara om att företaget har vissa krav som de måste hålla utifrån arbetsmiljöverket eftersom de sysslar med livsmedel, exempelvis att de måste hålla en viss temperatur i bilarna under leveransen. Däremot ser han det inte som ett hinder till att dela bilarna med andra företag, utan att det snarare handlar om vad deras kunder skulle anse om att andra slags produkter körs i samma bilar. Slutligen ser inte heller Per Watt den politiska faktorn som något som påverkar en delning i branschen.

5.6. Trygghetsfaktorer

Trygghetsfaktorer och dess påverkan var något som samtliga respondenter resonerade kring under intervjuerna. Utifrån de underteman vi tidigare identifierat i koppling till trygghet, diskuterade respondenterna mest om bekvämlighet. Bekvämlighet har med få undantag, främst uppkommit som en praktiskt hindrande faktor och att det inte alltid är bekvämt att genomföra den förändring som en implementering av delning innebär. Tillit har nämnts som en fördel om den redan existerar i ett förhållande, och som ett hinder ifall man inte kan lita på sin samarbetspartner. Konkurrens nämns som den främsta orsak till varför tilliten lätt uteblir.

Inledningsvis pratar Daniel Färskvara om företagets höga personalomsättning och bekvämlighet i form av tid, samt att delningen kan vara praktisk om det uppstår problem med personalen. Han ger ett exempel på ifall en anställd blir sjuk; *“[...] då är det ju väldigt svårt att hinna få in någon ny ganska snabbt. Då om man skulle kunna dela personal så kanske de har någon över just den dagen som har lite mindre att göra. Då skulle man snabbt kunna lösa det på så vis”*. Att en delning kan innebära lösningar på problem är något som Alexander Mat vänder på. Han tror att det är närmare omöjligt att undvika någon form av strul i en delningsekonomi och att det därför måste finnas en uppsida som är i paritet med strulet för att det ska vara värt besväret. När vi ber honom utveckla vad som menas med strul ger han som exempel på ifall ett företag skulle ta del av deras lokaler på nätterna; *“Det jävlas för dem, de är inte klar på morgonen. En gång när vi kommer hit sju så står det kvar 200 pallar här, för långtradaren har fastnat i någon backe någonstans [...], nu har vi ju en jävla gummisnodd när vi har hela dygnet på oss att använda lokalen”*. Respondenten belyser även fler praktiska problem, exempelvis om delningen innebär att resurser ska flyttas mellan företag och nämner besväret med att flytta deras truckar under en viss tid på dygnet för att sedan flytta tillbaka dem.

Tillståndet av att vara bekväm i nuvarande arbetsformer diskuteras på olika sätt av respondenterna, där Adam Värme är inne på spåret att det kan finnas en tröghet till förändring i större bolag men att det kan ha att göra med ledningens attityd till det. Att bekvämlighet kan vara satt i människan, är något som Casper Ström spinner vidare på och menar att man är van vid att ha sina egna saker. Han pratar både utifrån individer och företag och antyder att; *“De flesta vill ju ha sitt eget. Och då tror jag att man är så pass van att ha sitt eget space. Då är nog tanken lättare att använda i företagssammanhang än vad det är privat”*. På liknande sätt tar Daniel Färskvara upp bekvämlighet i koppling till att man är van att äga sina resurser istället för att endast ha begränsad tillgång resurserna och att man vill ha en viss marginal i vardagen. Han förklarar; *“Flera gånger i veckan så händer det ju att en kund hör av sig till oss, och då kan det handla om att en korg har hamnat fel, så då måste vi köra ut den, kanske efter vår vanliga tid [...] så det är ju absolut en trygghet att veta att man har bilarna”*.

Bekvämlighet har slutligen också diskuterats som ett hinder utifrån den bransch grossistföretaget tillhör, där Per Watt anser att det är en alldeles för konservativ bransch i dagsläget för att en delning ska kunna äga rum. Alexander Mat tror även han att det finns ett motstånd och en rädsla generellt till att förändra saker i sin bransch, eftersom den alltid har sett ut på ett visst sätt och att man gjort sig bekväm i det; *“[...] man blir ju lite hemmablind, så här har vi alltid gjort och det fungerar väl svinbra”*. För ett företag att börja på noll anser han därför vara enklare, eftersom man då slipper svårigheter med varaktiga bestämmelser såsom långa hyreskontrakt och redan ägda fastigheter.

Tillit har både diskuterats utifrån ett positivt perspektiv och ett negativt beroende på situationen. Casper Ström trycker på tillit som något viktigt och anser det lättare att börja dela med någon om tilliten redan finns där från tidigare samarbeten. Han menar även att det är viktigt att förbereda och ha dokumentationer på plats ifall det skulle bli någon dispyt i en framtida delningslösning. Tillit anses vara ett hinder enligt Daniel Färskvara ifall man inte kan lita på att den andra samarbetsaktören eller aktörerna gör rätt för sig när de använder företagets resurser. På liknande sätt diskuterar Johan Industri risker med att ge andra företag tillgång till deras resurser; “[...] för vi släpper ändå in folk i våra lokaler, där vi har alla våra produkter och visst material som kan vara lite konfidentiellt faktiskt”. Vidare nämner han att de från tidigare erfarenheter blivit brända på affärer som man trott bestått av lojala samarbeten, vilket har resulterat i att han ser risker med att släppa in andra företag för mycket i sin egen verksamhet.

5.7. Nyupptäckta faktorer för delning i en B2B

I detta avsnitt har vi valt att lyfta fram faktorer som nämnts flertalet gånger av en majoritet av respondenterna. Faktorerna har således utgjort en stor omfattning av det insamlade materialet och prioriterats eftersom de alltid lyfts fram på respondenternas egna beväg. Sammanlagt är det två nya faktorer som vi presenterar nedanför, hitta partner och konkurrens.

5.7.1. Hitta partner faktorer

Näst intill alla respondenter har pratat mer eller mindre om behovet av att hitta en passande partner när vi frågar allmänt om företagets hinder eller drivkrafter till att applicera en delningslösning. Först och främst ser samtliga att en delning sker mellan några enstaka företag och att det i runda svängar pratas om att delningen är ett typ av samarbete. Respondenterna yttrar sig både om att en sådan samarbetspartner måste ha vissa praktiska egenskaper som ska komplettera sitt eget företag för att delningen ska vara genomförbar, men även att det gäller att hitta rätt på en personlig nivå mellan företagets verksamma personer. Slutligen ska båda parter uppnå en win-win situation för att en delning ska möjliggöras.

Alexander Mat talar mycket om vikten i att hitta ett företag som saknar de resurser som hans egna företag tillhandahåller men att motparten då också måste behöva dem de tider som hans egna företag inte själva behöver dem. Detta faktum är vad han anser som svårt i tillämpningen av en delningslösning och vilket då kan hindra att den sker. “*Det gäller att hitta den som har en verksamhet som går att bedriva på natten eller när vi inte är igång [...]*”. Dock har Alexander Mat främst berört den ekonomiska faktorn under hans intervju och nämner i samband med denna hitta partner-faktor att få företag vill ha arbetare igång på kväll- samt nattetid eftersom det blir mer kostsamt i löneutbetalningarna. Av den anledningen kan problematiken att hitta en partner försvåras ytterligare. Daniel Färskvara är inne på samma spår när vi frågar honom om företagets bilar som en potentiell resurs att dela med andra. Hans företag behöver bilarna under dagtid vissa dagar, så det gäller att hitta det företag som behöver bilar under kvällar eller helger menar han.

Casper Ström uttrycker; “*Ja, det första är väl så att det måste finnas någon som vill prova det, det tror jag är största hindret*”, när vi frågar vad som hindrar till en delning. Dock syftar han även till personlighet hos de som tar beslutet i företagen och förklarar senare

att olika människor brinner för olika saker. Detta anser han kan vara en drivkraft, att oavsett stor eller liten lönsamhet kan en delningslösning bli av om den initieras av en sådan typ av person. Per Watt antyder liknande faktum när han nämner att personerna i företaget måste ha rätt mindset till olika samarbeten och att det kan vara drivande till en delning. Alexander Mat är också tydlig med detta och menar att det krävs att någon person tar tag i fanan och initierar till ett delningssamarbete. Han syftar till att det måste existera en mer aktiv och driftig person i frågan för att fler ska vilja haka på och att delningen ens ska bli av. När vi ber honom utveckla sitt svar säger han; *“Det gäller att hitta kompiserna, det är nog den svåra nöten tror jag. Det ska ju funka både i business men även funka, liksom man blir ju ganska tajt ändå”*. Detta har även Johan Industri belyst. Han tror på att samarbeten är personligt knutna och så pass viktiga att ett sådant kan upphöra över en natt om någon skulle lämna sin företagstjänst vars roll varit stor i just det samarbetet med det andra företaget.

Ett annat spektrum att beröra under denna faktor för att delningen ska vara möjlig är att den ska gynna alla parter. Per Watt återger detta tydligt genom att förklara att man måste hitta en partner som har en gemensam målbild som sitt eget företag för att hitta en lönsam lösning och skapa en win-win situation. Han påpekar dock att den andre partnern aldrig är en konkurrent, då han anser att man inte vill gynna sina konkurrenter i denna bransch. Med att hitta rätt partner menar han därför att hitta en icke-konkurrent i branschen att samarbeta med.

Daniel Färskvara reflekterar också över detta efter att ha gett exempel på ett företag som han tror hans företag skulle kunna dela utkörning av leveranser med; *“Man kan ju göra en win-win situation - de får sålt ändå, men de kan dra ner på kostnaderna på drivmedel och transport, och vi också egentligen”*. Han anser sig därför vara medveten om att den andre partnern också vill och bör gynnas av lösningen, inte endast sitt eget företag. Likväl trycker Johan Industri på bägge de två sistnämnda respondenternas synpunkter när han beskriver ett eventuellt samarbete med ett annat företag; *“Vi har ett gemensamt intresse, vi skulle båda vilja fånga upp den här kunden, jamen då pratar vi ihop oss båda två. Dels för vi står i en enda front här och man tänker här har man en win-win situation”*.

5.7.2. Konkurrensfaktorer

Slutligen var konkurrens en aspekt som diskuterades flitigt bland majoriteten av respondenterna som ett primärt hinder i deras bransch för att överhuvudtaget kunna samarbeta med varandra. Vi har nämnt konkurrens under exempelvis både trygghetsfaktorn och den politiska faktorn, men i sin helhet har konkurrens diskuterats bland respondenterna i ett sådant brett spektrum att den här får utgöra en egen faktor.

Som vi presenterat tidigare, diskuterar Casper Ström och Adam Värme konkurrenshinder i form av de konkurrenslagar som finns i Sverige. Casper Ström menar även att det är en väldigt hög konkurrens i hans bransch generellt, vilket gör att man krigar mot varandra om de leveranser som finns. Han menar att det blir svårt att dela med någon som är allt för likartad, då han anser att det inte finns incitament till att hjälpa en konkurrent på samma sätt i hans bransch. Även Adam Värme hävdar att de försöker undvika kontakt med sina konkurrenter; *“[...] det blir väl ett naturligt motstånd till att samarbeta med konkurrenter tror jag”*.

Per Watt är en annan som betonar att det finns oerhört konkurrensinriktade aktörer i hans bransch, vilket hindrar samarbeten och en eventuell delningslösning från att ske; *“Den*

här lilla stunden som jag har jobbat här så märker jag ju att samarbetet är obefintligt. Alltså vi är ju med bittra konkurrenter, så enkelt är det". Han fortsätter att beskriva det som att alla grossistföretag inom branschen värnar om sitt eget och att allt egentligen handlar om pris och leverans. Av den anledningen ser han inte många möjligheter till en delning av resurser.

När vi frågar Johan Industri om han tror att det finns något motstånd till delningssamarbeten i hans bransch så svarar han lite mer optimistiskt. Han menar att; *"Det finns ju vissa företag som aldrig någonsin skulle samarbeta för att det är liksom för infekterat med historier som har varit och kanske för nära i produktutbud och så vidare. Sedan finns det några som redan idag har bra samarbeten mellan varandra fast de både är konkurrenter och kollegor samtidigt".* Som tidigare nämnt anser Johan Industri att risken med att delge konkurrenterna vissa företagshemligheter om man delar resurser kan vara ett hinder och anser således att det alltid finns ett litet mått av konkurrensutsatthet.

5.8. Sammanfattning av resultat

Från vår tidigare teorifigur (4) som främst utgår från en B2C och C2C kontext, visar resultatet på att de ekonomiska faktorerna och trygghetsfaktorerna främst berörts i vår B2B kontext. De andra faktorerna i modellen, det vill säga miljömässiga, sociala och politiska faktorer hade inte en så stor påverkan som förväntat företag emellan. Däremot fann vi några nya faktorer som flertalet av respondenterna tog upp som aktuella i företagssamarbeten, bestående av att hitta partner och konkurrens.

6. Analys och diskussion

Följande kapitel kopplar tillbaka till tidigare teori i anknytning till empirin och omfattas genomgående av vår egen analys och diskussioner. Strukturen är inledningsvis utformad utifrån faktorernas relevans för etablerade företag i en B2B, varefter de nya faktorerna berörs i slutet. Kapitlet färdigställs därefter med en reviderad modell av hinder och drivkrafter i en B2B.

6.1. Faktorerna som dominerar en B2B delning

6.1.1. Viktigast av dem alla - ekonomiskt driv

I resultatet har de ekonomiska faktorernas roll i en B2B delning gjort sig tydlig bland samtliga respondenter. Med andra ord har vi kunnat se att oavsett om och vilka underutnyttjade resurser ett företaget besitter, vad de ser för potential för delning och sin företagsinriktning, är de ekonomiska faktorerna ytterst påverkande. Betydelsen av en ekonomisk vinning ligger i linje med tidigare C2C och B2C teori såsom Böcker & Meelens (2016, s. 35) studie som påvisade ekonomi som en betydande drivkraft. Botsman & Rogers (2010, s. 173) och Möhlmann (2015, s. 200) har i sina studier konstaterat kostnadsbesparingar som en stark ekonomisk drivkraft till att dela resurser, vilket stämmer överens med vår undersökning där minskning av kostnader var det huvudsakliga som driver till en delning enligt majoriteten av respondenterna. Det är intressant att forskningen kring affärsmodeller för delning också berör just kostnadsbesparingar, menat att delningen kan innebära just detta för etablerade företag (Kathan et al., 2016, s. 669).

Den ekonomiska faktorn diskuterades även som ett hinder av en respondent, dock inte enligt Benklers (2004, s. 317) tappning i egenskap av att kostnader kan tillkomma för att möjliggöra delning. I stället visar vårt resultat att det finns ett hinder till delning i ekonomiska termer ur en konkurrenskontext, av den anledningen att man inte vill gynna sina konkurrenter några ekonomiska fördelar. Detta anser vi förknippat med det faktum att partihandel-/grossistbranschen generellt har framställts som en väldigt konkurrensinriktad bransch av respondenterna, vilket vi kommer tillbaka till senare i konkurrensfaktorn.

Hamaris et al. (2016, s. 2054-2055) beskrivning kring att de ekonomiska fördelarna av en delning inte är påverkande i människors attityd och endast drivande i det faktiska beteendet, sammanfaller inte helt med vår empiri i B2B. Respondenterna i vår studie har både diskuterat utifrån deras positiva inställning till ekonomiska fördelar, samt att det självmant har beskrivits som det ytterst drivande och som den styrande faktorn. Denna skillnad gentemot andra kontexter anser vi kan tyda på att en person i en företagsroll har enklare att prata om ekonomiska fördelar med ens handlingar än i ett privat sammanhang, eftersom ekonomisk vinstgenerering är en naturlig del i företagsvärlden och något som frekvent diskuteras.

De ekonomiska drivkrafternas betydelse i en B2B kontext anser vi har visat sig främst i form av att andra drivande faktorer inte verkar ha någon betydelse ifall lösningen inte inkluderar en ekonomisk vinning. Trots att respondenterna nämner andra faktorer som betydelsefulla, kommer de alltid tillbaka till att ekonomin är det huvudsakliga som driver till en eventuell delning mellan grossistföretag. Detta faktum stämmer med det Hamari et

al. (2016, s. 2055) menar när han argumenterar för att oavsett mängden fördelar för exempelvis miljön, kan det anses betydelselöst ifall lösningen inte inkluderar några ekonomiska fördelar.

Ovan nämnda faktum är något som vi anser går i linje med synen på affärsmodeller existerande för delning. Vi syftar specifikt till ramverket och kompassen av Muñoz & Cohen (2018, s. 116) som fungerar både för etablerade företag och för en B2B kontext. Enligt kompassen, vars dimensioners olika vertikala val hänger ihop med varandra, innebär en delning i B2B att ens affärsändamål vanligtvis är vinstdrivande. Detta är något som vi anser ger en ytterligare förståelse till varför den ekonomiska faktorn har stor betydelse. Framförallt eftersom vår studie har utförts i en företagskontext med etablerade och vinstdrivande företag, vilket gör det givet att ett grundläggande syfte kan vara att klara sig ekonomiskt.

Vidare framträder även betydelsen av den ekonomiska faktorn hos företagen genomgående när respondenterna tar upp olika exempel på delning. Oavsett vilken faktor vi diskuterat eller vilken fråga vi ställt, har de tenderat att lyfta in ekonomiska termer på eget bevåg - vilket vi ser som ett tydligt tecken på dess primära roll. Ekonomiska faktorerna kopplas således samman med resterande faktorer, till exempel när Alexander Mat nämner strul och bekvämlighet i termer av hinder, är det de ekonomiska fördelarna som måste överväga hindret för att det ska vara värt hans tid. De ekonomiska faktorernas avgörande roll hos etablerade företag förefaller därav en aning förvånande utifrån perspektivet att de vanligtvis redan besitter en ekonomisk trygghet. Detta bör ha möjlighet att öppna upp för andra drivande faktorer till delning och att en sådan lösning inte ska behöva vara beroende av den ekonomiska drivkraften. Nystartade företag har vanligen en mer ansträngd ekonomisk situation, varför en ekonomisk vinning kan väntas vara viktigast vid en tillämpning av delning hos dem. Trots denna ekonomiska trygghet hos etablerade företag, verkar det enligt resultatet inte finnas någon mättnad i termer av pengar. Mycket av detta kopplar vi samman med den beskrivna konkurrensen som finns bland grossister med samma inriktning, som bottnar i att man delar på samma kundgrupper. Fallet kan således vara att företagen inte känner sig ha råd att sluta fokusera på den ekonomiska vinningen i samtliga processer, eftersom det finns en konstant tävling om pengarna i branschen.

Sammanfattningsvis förväntade vi oss utifrån tidigare teori och med hänsyn till vilka aktörer undersökningen innefattade, att de ekonomiska faktorerna skulle vara något ytterst påverkande. Detta visade sig stämma och till och med vara ännu mer betydelsefull än förväntat i och med dess avgörande roll för att en delning överhuvudtaget sker. Det stämde även att det främst anses som en drivkraft utifrån kostnadsbesparingar, medan hinder i ekonomiska termer inte var något som diskuterades i stora drag.

6.1.2. Ingen delning utan trygghet

Bekvämlighet och tillit som utgör trygghetsfaktorn har tillsammans bestått av en omfattande del av vår empiri. I tidigare teori har Cherry & Pidgeon (2018, s. 946) och Owyang (2014, s. 19) menat att det måste vara bekvämt att välja en delningslösning. Bekvämlighet har i vårt resultat berörts med liknande egenskaper som Cherry & Pidgeon (2018, s. 944), där den nämns i termer av tid och ansträngning. Strul är exempel på ett ord som en respondent använt för att förklara de oförutsedda problem som kan uppstå vid tillämpning av delning och som man menar tar tid och ansträngning att lösa. Bekvämlighet ses därför som ett hinder om delningen inte är en bekväm lösning. En

annan respondent pratade å andra sidan om delning som en passande lösning ifall något internt problem uppstår och man snabbt måste tillgå en resurs som ett annat företag kan besitta och låna ut. Av den anledningen kan delning beaktas som bekväm och som en drivkraft till att dela.

Med ovan nämnda respondenter i åtanke, kan vi analysera om resultatet beror på vilken typ av resurs som delas. Den ena respondenten som ser bekvämlighet som ett hinder, ger exempel på delning av företagets lokal, vilket är en fast resurs. Vår uppfattning är att en sådan resurs kan vara mer bekväm att äga, då respondenten svarade för att det tar mer tid och ansträngning att dela den. Jämför man detta med personella resurser som den andre respondenten menar kan innebära hög personalomsättning eller sjukskrivningar, kan en delning istället innebära mindre tid och ansträngning än vad resursen i dagsläget kräver. Således skulle uppfattningen av bekvämlighet som en drivkraft till delning kunna botten i att det berör en problemrelaterad resurs som är enklare att se möjligheter och lösningar med.

Cherry & Pidgeon (2018, s. 944) har även påpekat att den tid och ansträngning som delningen kan innebära måste balanseras med de ekonomiska fördelarna som kan tillkomma. Detta stämmer väl överens med vad som framkommit i vår B2B kontext beträffande att eventuellt strul i en delning som tar tid och ansträngning, ställs i jämförelse med potentiell ekonomisk vinning. Storleken på såväl strulet som den ekonomiska fördelen har således en avgörande funktion i detta fall. Detta faktum anser vi stärker både bekvämlighet och den ekonomiska faktorns betydelse, där bekvämlighet kan hindra oavsett om det existerar ekonomiska fördelar men om de ekonomiska fördelarna är stora nog, kan man övervinna hindret. Denna avvägning mellan bekvämlighet och ekonomi nämns av Alexander Mat, en respondent som visat sig se stor potential för delning inom branschen. Detta anser vi visar på att oavsett om potentialen finns där, måste man ändå ha tillräckligt med drivkrafter för att en implementering ska ske.

Från tidigare teori är det även värt att nämna Botsman & Rogers (2010, s. 76) och den kritiska massan, där de förklarar vikten i att delningslösningar bör existera i samma omfattning som andra alternativ för att vara ett likvärdigt, bekvämt val. Vi vill analysera denna teori med hänsyn till stycket ovan om betydelsen av storleken på den ekonomiska fördelen för att överstiga bekvämlighetshindret. För om det idag hade existerat flertalet delningslösningar, hade det möjligen varit lika lätt att äga något som att dela något och delningen hade således beaktats som ett bekvämt alternativ enligt Botsman & Rogers (2010, s. 76) grundläggande princip. Av den anledningen hade det inte krävts en lika stor ekonomisk fördel för att hamna i balans med tiden och ansträngningen som delningen innebär.

Bekvämlighet har även diskuterats av flertalet respondenter i form av att vara bekväm i hur man alltid har haft det, vilket de anser leder till motstridighet för förändring. Baserat på tidigare forskning om affärsmodeller, vet vi att företagens nyckelresurser och nyckelaktiviteter påverkas av en delning (Kathan et al., 2016, s. 669). Både Kathan et al. (2016, s. 669) och Botsman & Rogers (2010, s. 83) menar att ens resurser måste nyttjas på ett nytt och annorlunda sätt vid delning, menat växlande från ägande till tillgång. Av den anledningen kopplar vi detta faktum återigen till att en förändring av både nyckelresurser och nyckelaktiviteter kan innebära tid och ansträngning, menat att delningen kan vara obekvämt att tillämpa. Vi tar till oss av de respondenter som resonerat kring att detta kan gälla just etablerade företag i och med att man har haft samma typ av

struktur under lång tid. Eftersom de dessutom är etablerade, kan det indikera på att företagen följt en väl fungerande struktur, varför man blir mer bekväm att fortsätta i samma takt.

Brist på tillit är, från tidigare studier, ett vanligt hinder (Botsman & Rogers, 2010, s. 75; May et al., 2016, s. 7; Möhlmann, 2015, s. 200). Även i våra egna resultat har tillit berörts, men inte i lika stor omfattning som bekvämlighet. Den typ av tillit som blivit omdiskuterad i vår empiri rör främst konkurrenter, där man finner det svårt att lita på att man vill varandra gott. Detta går att jämföra med vad Botsman & Rogers (2010, s. 67) menar, att man är rädd för att sätta sin självständighet och integritet på spel. Speciellt två av respondenterna har lyft just detta, att man är rädd att konkurrenter ska ta intern företagsinformation i anspråk för eget bruk och vinning. En respondent menar emellertid att delningen hade varit lättare att implementera om den sker med ett företag som man är bekant med sedan innan eller har en personlig kontakt hos, eftersom tillit då redan finns. Detta förutsatt, som tidigare nämnt, att man inte konkurrerar med varandra.

May et al. (2017, s. 7) menar i teoriavsnittet om hinder och drivkrafter att tillit är en nyckelfaktor för att delning ens ska kunna ske, samt att Muñoz & Cohen (2018, s. 139) hävdar att tillit är den centrala komponenten i en delningsekonomisk affärsmodell. I denna studie har dock tillit inte fått samma kraftfulla betydelse. Vi resonerar att detta kan bero på den personliga involveringen och delning av privata ägodelar som kan gälla i B2C och C2C kontexter som dessa tidigare teorier främst baserats på. Precis som respondenten Casper Ström antytt, anser vi att man möjligen inte är lika rädd att dela något som företag. Att låna ut sin bostad innehållande dyrbara möbler eller dela bil med en främling kan vara mer skrämmande eftersom delningen sker närmare ens personliga integritet. Denna argumentation går i linje med Botsman & Rogers (2010, s. 67), som menar att människor vanligtvis inte vill dela sina personliga ägodelar. Att känna tillit till att personen som hyr ens lägenhet inte förstör den, gör det förståeligt att detta är en primärt drivande faktor i B2C och C2C kontexterna. Detta stärker dock vårt resultat att tillit inte är lika viktigt i B2B som juridisk person, då resurserna som delas inte utgör en personlig ägo.

För att sammanfatta har trygghetsfaktorerna visat sig ha en betydelse även för etablerade företag i en B2B kontext. Det är i synnerhet bekvämlighet i termer av ansträngning och tid som uppkommit, främst som hindrande till delning. Vi har ovan resonerat kring bekvämlighetens betydelse på olika sätt, närmare bestämt i termer av vilken resurstyp som delas och att motstridighet till förändring kan ha en hindrande inverkan hos etablerade företag. Vidare har tillit inte visat sig vara den nyckelfaktor vi förväntat oss utifrån tidigare teori, vilket vi analyserat som att man kan känna sig mer orolig inför att dela resurser privat än i arbetslivet. Tillit har dock i koppling till den starka konkurrensen som existerar i branschen, ansetts som ett hinder. Den har även uppkommit som något som kan underlätta till delning om den redan existerar med andra företag, dock berördes detta snarare som en gynnsam företeelse och inte som en drivkraft.

6.2. Faktorer med en diskret påverkan

6.2.1. Miljöfaktorn som en bieffekt av delning

I stil med Böcker & Meleens (2016, s. 35) resultat i att miljöfaktorer ansågs drivande i termer av bildelning, diskuterade en av våra respondenter mycket kring delning av deras

fordon, där miljö betraktades som en drivkraft för deras företag. En intressant aspekt att beakta är resurstypens inverkan i detta fall, där vi menar att miljöeffekter regelbundet tenderar att kopplas ihop med just avgaser från bilar och vad en minskning av dessa kan resultera i. Även en annan respondent diskuterar en delning av företagsbilar när vi berör miljöfaktorer och han nämner en minskad miljöpåverkan som något positivt vid en sådan delning. Denna vanliga sammankoppling mellan bilar och miljöeffekter anser vi således kan resultera i att det är enklare för människor att se och förstå positiva miljöeffekter av en bildelning, än vid delning av andra resurstyper.

Majoriteten av respondenterna har dock resonerat att miljön inte är det primärt drivande till en delning, vilket påminner om det Hamari et al. (2016, s. 2054) visar med att det inte går att urskilja någon miljömässig påverkan på beteendemässiga intentioner. Även om miljömässiga faktorer i vår studie inte verkar driva till handling i sig för en B2B, har respondenterna en positiv attityd gentemot eventuella miljöeffekter av en delning. Även detta faktum överensstämmer med Hamaris et al. (2016, s. 2054) studie, vilken indikerade att trots en utebliven drivkraft till delning i praktiken, ställde man sig positiv till de hållbarhetseffekter som den innebär. Således har vi, i likhet med Hamari et al. (2016), sett en skillnad i vår empiri beträffande attityden till och faktisk drivkraft i termer av miljöfaktorer.

En annan respondent menade att konkurrenshinder resulterar i att det finns få drivande faktorer generellt. Detta inkluderar en avsaknad av miljömässiga drivkrafter, vilket är förenligt med Möhlmann (2015, s. 198), vars studie påpekade att omtanke för miljö inte är något drivande till en delning. Varför denna faktor sammantaget inte har stor betydelse utifrån både denna tidigare teori och våra resultat, kan bero på det faktum att miljömässiga fördelar bidrar till något annat än till ens egennyttan. Detta går i linje med vad Möhlmann (2015, s. 201) hävdar i sin slutsats om att självcentrerade drivkrafter är av störst betydelse vid delning. I synnerhet nämns spara pengar eller andra sätt som delning kan göra nytta utifrån personliga behov (Möhlmann, 2015, s. 200). Vi resonerar således att det kan krävas att delning i första hand måste gynna sitt företag genom exempelvis ekonomiska fördelar eller att man sparar tid och ansträngning för att man ska vilja dela. Detta kan vara en förklaring till betydelsen av just dessa två faktorer i vår studie.

Eftersom företagen arbetar med hållbarhet, kände vi en viss oro i empirin över att respondenterna skulle antyda miljöfaktorn drivande för att man vill leva upp till sina hållbara principer. Denna oro visade sig vara obefogad då vår uppfattning är att respondenterna var väldigt sanningsenliga och där merparten beskrivit miljöfaktorer som en bieffekt av delning, men inte en faktor som driver dem till det. Det kan därför vara värt att återigen notera kompassen av Muñoz & Cohen, (2018, s. 129) som visar att delning i en B2B vanligtvis har vinstgenererande som affärsändamål. Att ha miljömässiga hållbarhetsaspekter som affärsändamål gäller främst ideella företag vilket är ett annat val i ramverket (Muñoz & Cohen, 2018, s. 132). Vi resonerar därför att företag som har vinstdrivande affärsändamål också ser främst vinstgenererande faktorer som drivande i en delning, även om företaget parallellt arbetar med hållbarhet. Att arbeta hållbart leder därför inte till att miljömässiga faktorer driver till delning, om inte huvudmålet i företaget är just hållbarhet.

Sammanfattningsvis har vi i likhet med tidigare teori, fått olika resultat beträffande miljöfaktorer som något påverkande till delning i en B2B kontext. Detta innefattar att endast en ser miljöfaktorer som en drivkraft och att majoriteten anser att det inte är något

drivande till handling, oavsett företagens medvetenhet om de positiva miljöeffekterna som delningen innebär. Vi har analyserat detta utfall med hänsyn till den resurs som delas och att det kan finnas självcentrerade ändamål som måste uppfyllas hos företagen i första hand.

6.2.2. Komplexiteten i den sociala faktorn

Från tidigare teori har den sociala faktorn bland annat studerats med utgångspunkter i vad som delas (Böcker & Meleen, 2016, s. 35; Möhlmann, 2015, s. 200), där resultatet talar för att den sociala faktorn varit drivande i flera fall när sociala interaktioner varit framträdande. Detta framkommer från framförallt en respondent som menar på att delningen kan vara relationsbyggande och generera kunskapsutbyten om man samarbetar med ett företag som skiljer sig från sitt eget, men ändå har en gemensam nämnare. Hos denna respondent poängteras således den sociala faktorn som drivande utifrån att vara just en social interaktion i form av ett kunskapsutbyte. Värt att notera är dock att vårt resultat visade att majoriteten av respondenterna pratade om denna sociala interaktion med andra företag i form av samarbeten, vilket stämmer överens med affärsmodellen framtagen av Choi et al. (2014, s. 631) som menar att företag samarbetar för att dela resurser. Trots att samarbete är en typ av social interaktion, framkom samarbete snarare som ett krav för att delningen ska vara möjlig. Detta skiljer sig från studierna av Böcker & Meleen (2016, s. 35) och Möhlmann (2015, s. 200) vilka funnit att man faktiskt drivs av att delning kan generera social gemenskap.

Hamari et al. (2016, s. 2055) vars studie menar att just nöje är starkt drivande till delning, något som grundar sig i sociala interaktioner och gemenskapsgenerering, är tillsammans med resultaten av Böcker & Meleen (2016) och Möhlmann (2015) intressant att analysera för att se orsaken till skillnaden i vårt resultat och deras. Vi tänker oss att det är kontexterna från tidigare forskning, innefattande kunder, som gör att respondenternas svar kring denna faktor skiljer sig då vi endast berör företag. Först och främst resonerar vi kring att konsumenter har andra syften med delning där man vill uppfylla andra typer av personliga behov och värden. Vi tänker att det är annorlunda i affärssammanhang där man istället är en juridisk person som tar beslut utifrån vad som är bäst för företaget. Av den anledningen antar vi att företag inte känner samma värde i att socialt integrera med andra, såsom en privatperson kan drivas till att använda en tjänst för exempelvis samåkning med nya människor för nöjes skull, liknande resonemangen från Hamari et al. (2016, s. 2055).

Vi ser även en annan intressant aspekt med vårt resultat i en B2B, kopplat till graden av sociala interaktioner i en delning. Med hänsyn till vad företagen har resonerat om, utgör deras tänkta delningslösningar inte situationer där aktörerna utnyttjar resurserna vid samma tidpunkt, vilket betyder att de inte skulle innefatta särskilt hög grad av sociala interaktioner. Det ges exempel av respondenter att ett annat företag skulle kunna utnyttja företagslokalerna på nätterna när de själva inte befinner sig på plats, eller att bilarna kan brukas självständigt av en annan aktör. Av den anledningen verkar den sociala interaktionen ses av företagen som något marginellt i en delning, vilket kan ha gett upphov till de sociala faktorerna inte anses särskilt drivande.

Istället har den sociala faktorn framkommit som ett hinder om en delning skulle innebära samarbete med konkurrenter, vilket vi anser hör ihop med att B2B präglas av konkurrens på ett annat sätt än andra kontexter. Just denna detalj har i sådana fall avgörande betydelse för att den sociala faktorn i denna kontext snarare är ett hinder, bortsett från företag som

verkar på en mindre ort där samarbeten kan krävas för överlevnad. Just detta undantagsexempel följde Botsman & Rogers (2010, s. 216) och Möhlmann (2015, s. 201) spår om att delning kan drivas av den samhällsgemenskap som skapas. Eftersom exemplet dock syftar till en annan ort än vår avgränsning Umeå, anser vi det inte relevant för vår studie vars fokus är företag verksamma just här. Främst eftersom vi även i vårt resultat inte kunnat se att generering av gemenskap varit drivande.

I det stora hela visar empirin att den sociala faktorn syftar till samarbeten för företagen, vilket framställs som nödvändigt för att delningen ska fungera snarare än som en drivande faktor. Således har vi funnit att gemenskap under den sociala faktorn inte är av stor betydelse för delning i en B2B. Detta kan dels bero på att samarbeten med konkurrenter är uteslutet i denna bransch, ett hinder som dock är obefintligt i delning med företag utanför sin egen företagsinriktning. Dels kan det även bero på graden av sociala interaktioner som en delningslösning innefattar, vilket kan vara en förklaring till att den drivande effekten uteblir.

6.2.3. Lyser med sin frånvaro - politiska faktorer

Politiska faktorer fördes på tal i teorikapitlet som något tämligen outforskat men likväl intressant att studera i termer av hinder och drivkrafter. May et al. (2017, s. 11) har från sin studie i Umeå funnit lagar och regler som något påverkande i denna stad och den visade på att Sveriges nationella lagar i huvudsak hade en hindrande effekt till delning. Detta speglar inte vår egen empiri eftersom majoriteten av den inte skildrar lagar och regler som något hinder, men inte heller drivande. Dock är det värt att nämna att de respondenter som inte säger sig se några politiskt påverkande faktorer, resonerar kring det på ett trevande sätt som i vår mening anspelar på en kunskapsbrist inom ämnet. Vi resonerar kring om svaren varit annorlunda ifall vi endast intervjuat företag som redan har en väl implementerad delningsekonomi och på så sätt har upptäckt eventuella lagar och regler. Om man i dagsläget inte tillämpar en delningslösning, blir det förstäligt varför man inte undersökt vad lagen säger i frågan.

Våra respondenter påpekade snarare svårigheter angående vem som bär det juridiska ansvaret i fråga och det var exempelvis ingen som berörde den eventuella problematiken med beskattning av delningstjänster som diskuterades i May et al. (2017, s. 8). Vidare menade May et al. (2017, s. 8) också att politiska faktorer skulle kunna främja en delningsprocess, vilket inte överensstämde med vårt resultat där det framkommit att det inte har noterats några politiska initiativ rörande att expandera delningen i en företagskontext. Ett politiskt hinder som ändock nämndes av två respondenter var konkurrenslagstiftningen, varpå vi ännu en gång kommer in på konkurrens som en stark kraft vid delning mellan företag. Respondenterna menade att de inte kan inleda delningssamarbeten med konkurrenter eftersom det går emot lagen och således hindrar delningen från att ske. Värt att påpeka är att detta således endast ses som ett hinder av händelsen att samarbetsaktören är en konkurrent och inte i de fall där företag verkar inom olika inriktningar och inte tävlar om samma kundkrets.

Generellt visar empirin på att politiska faktorer inte är en drivkraft till delning i denna kontext, åtminstone inte utifrån den kännedom de har om dessa i nuläget. Eftersom endast två respondenter belyste konkurrenslagar som hindrande, ser vi det inte som ett betydelsefullt hinder. Vår analys är att med en större vetskap om delning i sig och även hur regelverket förhåller sig till delning, har politiska faktorer möjlighet att bli en mer betydande faktor i framtiden i en B2B kontext.

6.3. Tillökning av delningsfaktorer

6.3.1. Konsten i att hitta den rätte

Den första nya faktorn från empirin berör det faktum vi tidigare nämnt i att företagen ser på delning i form av samarbeten med partners och i korthet behandlar den behovet av att hitta en partner som passar. Att delning bland företag består av att ingå i ett partnerskap med varandra, är något som Ciulli & Kolk (2018, s. 1002) belyst som ett svar på hur ett etablerat företag anpassar sin affärsmodell till en B2B delning. Med utgångspunkt i vårt resultat har vi kunnat urskilja tre underteman av att hitta partner hos grossistföretagen, innefattande; en partner som praktiskt passar med företaget och hur de arbetar, en partner som lämpar sig på en personlig nivå, samt att det går att hitta en situation med en part där båda gynnas.

Det förstnämnda undertemat, hitta en praktiskt passande partner, har i empirin diskuterats utifrån att företagen främst ser sig dela sina resurser istället för att ta del av andras. Därför önskar man hitta en partner som kompletterar företaget och efterfrågar de resurser man själv besitter. Vi har i vår empiri inte kunnat urskilja en sådan efterfrågan bland företagen, vilket vi anser tyder på att denna avsaknad av kompletterande partners kan vara en hindrande faktor till delning. Likväl uttrycks att andras sätt att arbeta på ska kompletteras med sitt eget arbetssätt, exempelvis att behovet av resurserna existerar under olika tider på dygnet. Det handlar således om att både hitta en partner med behov av delning, samt att den vidare måste ha en arbetsstruktur som passar för den delningen. Detta kan kopplas till vad Muñoz & Cohen (2018, s. 129) antyder utifrån sin affärsmodellskompass, där man menar att delningen i denna kontext bör innefatta vissa utvalda användare. I vårt resultat gör det sig tydligt att man önskar finna dessa utvalda företag innan man kan tillämpa en komplett delning.

Det andra undertemat behandlar snarare individerna inom företagen och går in på en mer personlig nivå i att hitta en partner. En synvinkel från empirin visar på att en person som är drivande och passionerad i frågan om delning kan vara det som behövs för att man ska drivas till att börja dela med det företaget. Ett annat perspektiv på den personliga nivån är att individerna som ska samarbeta i företagen måste ha personligheter som passar med varandra. Man menar att samarbeten är något personligt knutet och att man måste hitta en delningspartner att anknyta till på ett kamratligt sätt.

Slutligen benämns det sista undertemat med att man måste hitta en partner där båda kan gynnas och att företagen har en gemensam målbild. Vi har tidigare berört att det måste finnas en fördel för det egna företaget för att man ska drivas till en delning, exempelvis i form av ekonomiska faktorer. Dock anses det lika viktigt att den andra parten också ska gynnas av delningen och att den därför bör omfattas av en win-win situation, något som dock ses som givet i ett samarbete och därför inte som en drivkraft i sig. Om delningen inte inkluderar en vinning för bägge parter, kommer delningen mest troligt utebli. Med andra ord är en obefintlig win-win situation ett hinder men inte en drivkraft vid dess existens.

För att sammanfatta, är faktorn hitta partner en omfattande del av empirin, som vidare har diskuterats utifrån flertalet olika parametrar. Att hitta en partner som kompletterar en praktiskt i resurser och arbetssätt har framställts som svårt för företagen i denna bransch, vilket utgör det som främst ett hinder till delning. Vidare har en viss typ av personlighet

ansetts som drivande om den existerar och slutligen bör delning innefatta en win-win situation för att inte hindra dess tillämpning.

6.3.2. Lika barn leka sämst - konkurrensen i en B2B delning

Konkurrens har nämnts genomgående i vår empiri och analys, där den framställts som hindrande på flera olika sätt. Den har omnämnts med den ekonomiska faktorn, menat att man inte vill gynna andra konkurrenter ekonomiskt genom delning. Man har även pratat om den under trygghet där man har svårt att finna tillit hos konkurrenter, vilket också försvårar ett samarbete. På tal om samarbeten, har även konkurrensen varit avgörande i att det hindrar under den sociala faktorn och oavsett om man hade velat samverka med en konkurrent, är det inte säkert att lagen tillåter. Då konkurrens omnämnts hos flertalet andra faktorer och diskuterats omfattande i empirin, anser vi som tidigare nämnt att den bör utgöras av sin egen faktor.

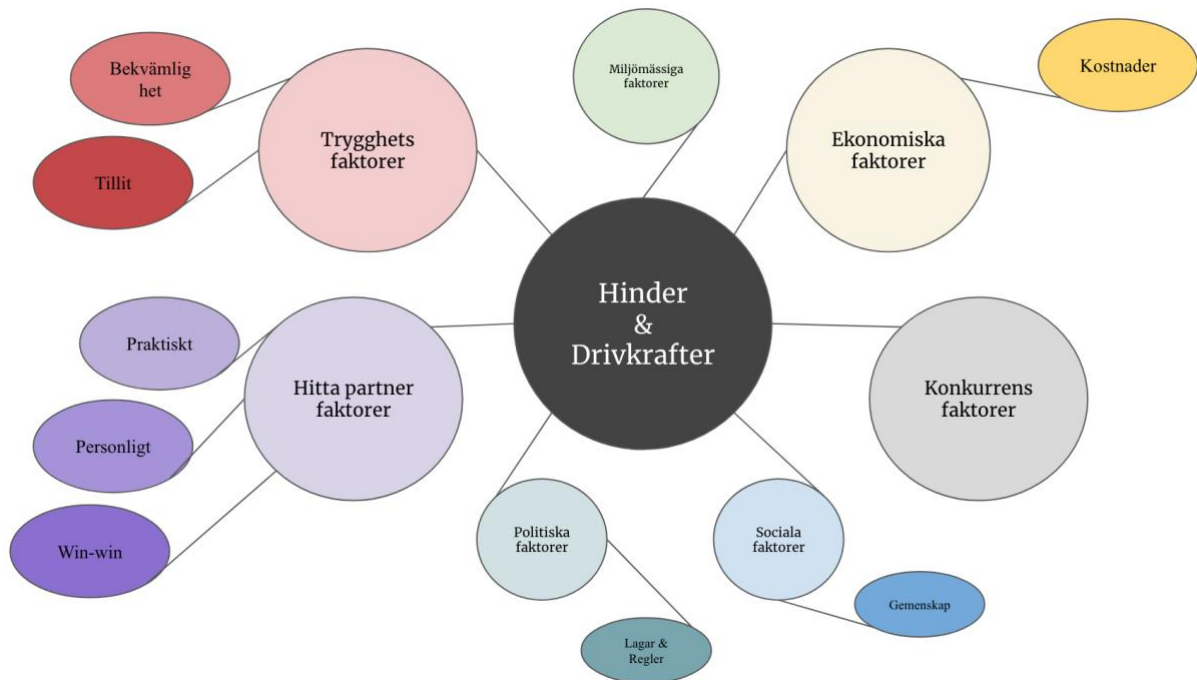
Utifrån vårt resultat, uppfattar vi konkurrensen som en stark ovilja att hjälpa varandra i något typ av samarbete. Flertalet verkar prata om detta som ett typiskt ställningstagande för just denna bransch, där man nämner historia och infekterade relationer som ihållande orsak. När vi analyserar detta närmare och jämför våra olika respondenter bestående av el-, livsmedel-, värme- och industri-grossister, är det tydligt att exempelvis respondenterna inom el såg andra elgrossister som främsta konkurrenter och att man inte såg problem med att dela något med exempelvis en livsmedelsgrossist. Således anser vi att konkurrenter inte omfattar alla grossister, snarare de inom branschen med samma inriktning. Av den anledningen hindrar inte detta till delning mellan samtliga aktörer i branschen.

I det stora hela visar vår empiri på att om konkurrens väl existerar, är det ett så pass påverkande hinder att det kan hindra delning oavsett antalet eller typ av existerande drivkrafter. Detta baserat på att man exempelvis främst drivs av att gynnas ekonomiskt och att den man samarbetar med också måste gynnas i form av en win-win situation. Dock resonerar vi att det inte är möjligt i en konkurrens eftersom resultatet visar att man inte vill gynna konkurrenter, oavsett om man själv får ekonomiska fördelar. Att denna faktor inte belysts i tidigare teori, är intressant att analysera i termer av de olika kontexterna. Vi tänker oss att delning i de andra kontexterna inte innefattar konkurrens på samma sätt, speciellt B2C som handlar om att man som företag gynnar en konsument, en situation där konkurrens inte existerar i och med två helt olika aktörer. Vi antar att denna faktor uppkommit i B2B kontexten eftersom den innefattar likadana aktörer bestående av vinstdrivande företag, vilket skapar en tävlingssituation som ger upphov till den höga konkurrensen.

6.4. En B2B modell med hinder och drivkrafter till delning

Den nya modellen av hinder och drivkrafter till delning är reviderad utifrån studiens empiri som har utgått från en B2B kontext. Denna version inbegriper en uppdelning av dominerande faktorer och diskreta faktorer med hänsyn till dess betydelse hos företagen. Samtliga faktorer från tidigare forskning kvarstår i modellen, men deras cirkel är reviderade i storlek med hänsyn till dess relevans i och med denna uppdelning. De diskreta faktorerna inkluderar miljömässiga, sociala och politiska eftersom dessa inte har visat sig vara lika betydelsefulla i en B2B delning och således är dess cirklar av mindre storlek än de övriga.

Vidare finner vi ekonomiska-, trygghets-, hitta partner- och konkurrensfaktorer under dominerande faktorer. De två förstnämnda från tidigare forskning har genomgående belysts i vår egen empiri och analys, samt de nyupptäckta faktorerna konkurrens och hitta partner. Av den anledningen utgör dessa fyra större cirklar i modellen. Att notera är att hitta partner fortsatt innefattar tre underteman; praktiskt, personligt och win-win. Slutligen har vi gjort ett medvetet val att inte illustrera någon uppdelning av faktorerna i hinder och drivkrafter inom modellen, eftersom majoriteten av dem har visat sig både kunna verka som ett hinder och som en drivkraft. Dock är vissa vanligare som det ena eller andra.



Figur 5. Reviderad version av hinder och drivkrafter till delningsekonomi i en B2B - skapad av författarna.

Källa: Baserad på teoretiskt ramverk och empiri.

7. Slutsatser

Det avslutande kapitlet har till avsikt att visa på hur syftet har uppfyllts och forskningsfrågan har besvarats genom en presentation av våra slutsatser. Vidare beskrivs våra bidrag till teori och företag, samt studiens samhällliga implikationer. Kapitlet knyts slutligen ihop med en skildring av studiens begränsningar och hur dessa kan överkommas med hjälp av ytterligare forskning.

7.1. Studiens slutsats

I vår studie har vi med utgångspunkt i hållbar utveckling, undersökt delningsekonomin potential att tillämpas i en B2B kontext hos etablerade företag. För att enklare förstå denna potential har vi valt företag med liknande förutsättningar i och med förekomsten inom en och samma bransch. Vi har först och främst funnit en grundläggande potential inom partihandel-/grossistbranschen eftersom det har visat sig existera underutnyttjade resurser hos företagen i form av allt ifrån bilar till lokaler. Företagen började även själva upptäcka potentialen av delning under samtalens gång, varför vi ser en ökad potential i framtiden för sådana tillämpningar. Vidare har syftet framförallt besvarats genom att finna vad som hindrar eller driver dessa aktörer till delning. Baserat på detta, har vi utgått från följande forskningsfråga;

Vilka hinder och drivkrafter existerar för en tillämpning av delningsekonomi hos etablerade företag i partihandel-/grossistbranschen utifrån en B2B kontext?

Under vår empiriska insamling har vi genomgående funnit påverkande faktorer som både överensstämmer med tidigare framtagen forskning, samt tillkomna faktorer som skiljer sig från andra författares resultat. Vi har således kunnat värdera relevansen av de tidigare framtagna faktorerna till vår bransch och kontext, men även upptäckt vilka särskilda faktorer som gäller just denna inriktning.

Sammantaget finner vi fyra dominerande faktorer vilka har stor betydelse för etablerade företag i partihandel-/grossistbranschen vid valet att ingå i en delningsekonomi i B2B; ekonomiska-, trygghets-, hitta parter- och konkurrensfaktorer. Den ekonomiska faktorn anses främst vara en drivkraft eftersom en delning ses kunna ge stora ekonomiska fördelar i form av kostnadsbesparingar. Dessutom har den ekonomiska faktorn en sådan pass drivande påverkan att den har möjlighet att övervinna andra hindrande faktorer. De resterande nämnda faktorerna har främst framställts som hinder till delning. Trygghetsfaktorn hindrar delning framförallt i form av bekvämlighet, där tid och ansträngning i tillämpningen av delning gör valet obekvämt. Om delningen istället hade sparat grossistföretagen tid och ansträngning, skulle den ha möjlighet att driva till valet av en delningslösning. Tillit som också ingår under trygghetsfaktorn, har visat sig hindra en B2B delning om det råder en sådan brist. Denna bristande tillit associeras till konkurrenter sinsemellan, det andra mycket väsentliga hindret. När konkurrens råder, något som gäller mellan de i branschen med samma inriktning, ser potentialen till delning ut att vara ytterst låg. Detta gäller oavsett den ekonomiska faktorns drivkraft. Slutligen finner vi hitta partner som en betydande faktor i en B2B, där bristen på en praktiskt lämpad samarbetspartner, samt en obefintlig win-win situation är vad som främst utmärker faktorn som hindrande. Om det dock existerar en passande partner på ett personligt plan, utgör hitta partner-faktorn en drivkraft till delning.

Dock har vi utifrån empirin identifierat tre diskreta faktorer, vilka inte når samma nivå av påverkan som faktorerna ovan i hur väl de hindrar eller driver till delning. De miljömässiga-, politiska- och sociala faktorerna visar sig ha mindre betydelse när det kommer till tillämpning av delning i denna bransch och kontext. Att en delningsekonomi gynnar miljön, ses som ett plus i kanten snarare än något som driver till dess tillämpning och utgör således en faktor som är mindre drivande. Politiska faktorer och specifikt lagar och reglers potential att påverka till delning var en obemärkt faktor, dels på grund av att den bestridits som drivkraft och dels på grund av bristande kunskap i frågan. Den enda omnämnda lagen är konkurrenslagen, vilken anses hindra nära samarbeten med konkurrenter. Detta tyder således på den politiska faktorn som ett marginellt hinder. Slutligen, på tal om samarbeten, är detta en given förutsättning i den sociala faktorn för att delning ska kunna existera. Sociala faktorn ses dock inte som något som driver delning, då gemenskap inte är något man eftersträvar i en konkurrensutsatt bransch. Att delning således kan innebära att man måste samarbeta med en eventuell konkurrent, utgör i det fallet istället något smått hindrande.

Baserat på detta underlag om hinder och drivkrafter, kan vi utifrån syftet se att det finns en övergripande potential att tillämpa delning mellan företag i partihandel-/grossistbranschen. Denna potential framträder ifall en delning innefattar ekonomiska fördelar och trygghet för företagen, eftersom det då uppstår en drivkraft till att delta. Vi ser också en högre potential i branschen om en delning består av företag med olika inriktningar, eftersom konkurrens i detta fall inte existerar och utgör ett hinder. Slutligen ger sig delningens potential till känna om det är möjligt att hitta en partner som passar med sitt eget företag. I och med ovan sammanfattande slutsatser, har vi med hänsyn till vår forskningsfråga kunnat urskilja vilka hinder och drivkrafter som möter partihandel-/grossistbranschen för att tillämpa delningsekonomi. Genom att fokusera på just delning av resurser mellan företagen inom branschen, har vi kunnat ge svar på hur olika faktorer påverkar i just en B2B kontext och som etablerat företag.

7.2. Studiens teoretiska bidrag

Vår ambition var att bidra teoretiskt till forskning inom delningsekonomi genom att fylla det forskningsgap vi funnit i litteratursökningen, samt bidra med en ökad förståelse inom ämnet. Detta forskningsgap utgjordes av kunskap om etablerade företags hinder och drivkrafter till delning i en B2B kontext. Den befintliga forskningen inom delningsekonomi har främst omfattats av studier med betoning på nystartade företag såsom Airbnb och Uber, exempelvis Zervas et al. (2017) och Ertz & Sarigöllü (2019) vars undersökningar utgår från just dessa. Nya företag kan ha andra förutsättningar eftersom de börjar på noll med att implementera en delning. Vår studie bidrar först och främst till att fylla forskningsgapet genom att empirin utgår från etablerade företag inom partihandel-/grossistbranschen som alla redan har inarbetade metoder, tydliga intressen och ägande av resurser. Som tidigare studier visat, behöver etablerade företag förändra sin nuvarande affärsmodell för att implementera en delningslösning (Ciulli & Kolk, 2018, s. 1004; Kathan et al., 2016, s. 668), varför situationen ser annorlunda ut för dessa företag. Således, eftersom det kan skilja sig i vilka faktorer som påverkar etablerade företag, kan det resultat som framkommit i vår studie bidra till forskning om delning för specifikt denna form av aktörer.

Vidare upplyste Heinrich (2013, s. 229) oss om en efterfråga efter B2B forskning inom delningsekonomi, varför vår studie med utgångspunkt i delning grossisterna sinsemellan

bidrar till detta. Tidigare studier har främst utgått från C2C och B2C kontexter såsom Böcker & Meelen (2016, s. 29) och Möhlmann (2015, s. 200-201). Vi tog till oss Möhlmanns (2015, s. 200-201) slutsats om att påverkande faktorer kan skilja sig åt mellan olika kontexter och bidrar således till att visa att en delning mellan just två företagsaktörer kan se annorlunda ut. Exempel på detta är att empirin visar att en B2B delning uppfattas av företagen snarare som ett samarbete med färre aktörer än en delningsplattform med flertalet deltagare, eller att konkurrens mellan aktörer är en viktig fråga att ta hänsyn till.

Vad bidrar vi då med mer specifikt vad gäller forskning om hinder och drivkrafter till delning? Ciulli & Kolk (2018, s. 1007) konstaterade att det behövs ytterligare studier på vad som påverkar etablerade företag till att delta i en delningsekonomi, där vår undersökning är ett exempel på en sådan bidragande studie. Vi har som tidigare nämnt undersökt faktorer från tidigare forskning och dess relevans för etablerade företag i en B2B kontext. Vårt resultat bidrar till att stärka de ekonomiska faktorernas betydelse även i vår kontext, varför vi kompletterar till exempel Böcker & Meelens (2016, s. 35) studie som också visade på den ekonomiska faktorn som en drivkraft. Även trygghetsfaktorn påverkar en delning mellan företag, vilket stämmer överens med Owyang (2014, s. 19) som påvisat att bekvämlighet har stort inflytande över ens val att delta.

Utöver en förstärkning av dessa, bidrar vi även med en redogörelse för hur vissa faktorer visat sig ha en låg inverkan hos företag i en B2B. I likhet med Möhlmanns (2015, s. 198) studie som indikerade att miljö stod utan någon påverkan i B2C och C2C, var det förhållandevis tydligt i resultatet att miljöfaktorer inte var särskilt drivande till just delning mellan företagen. Sociala faktorer framställdes i bland annat Hamari et al. (2016, s. 2056) som en drivkraft till delning, medan de i vår studie snarare sågs som ett medel till delning än som en drivkraft. Slutligen hade politiska faktors betydelse påvisats i May et al. (2017, s. 11), där vi utöver det faktum att företagen inte ansåg dem särskilt relevant, märkte av en brist på kunskap om dess eventuella påverkan. Ett framträdande bidrag till forskningen är således en justering av ovan nämnda faktorer i vår reviderade B2B modell. Dessutom tillför vi något nytt till denna forskningsinriktning i och med våra nya faktorer hitta partner och konkurrens, som visade sig omtalade och viktiga bland företagsaktörer. Tack vare att vi förstärkt och justerat tidigare faktorer, samt fått fram dessa nya, kan vi bidra med en ökad förståelse för vilka hinder och drivkrafter som finns för etablerade företag i en B2B.

7.3. Studiens praktiska bidrag

I problembakgrunden skildrades att flertalet företag i näringslivet innehar underutnyttjade resurser i sin ägo, samt faktumet att företaget i och med den makt de besitter har ett ansvar men också en möjlighet att bidra till hållbarhet. Dessa förhållanden resulterade i att vi förväntade oss att kunna bidra med en inspiration för grossistföretag till att initiera samarbeten med varandra i form av delning. Detta för att just kunna utnyttja sina resurser på ett bättre sätt och skapa en mer hållbar utveckling.

Så här i efterhand har vi först och främst fortfarande en rekommendation om att grossistföretag ska börja tänka över sina resurser i form av delning och se de drivkrafter som finns till det. Intressant nog var det flera av våra respondenter som själva verkade upptäcka delningens potential när vi diskuterade drivkrafter och lät motiverade till att börja undersöka det i sina företag. Detta tycker vi visar på att vi redan har bidragit med en utökad kunskap som visar på delningens potential till de medverkande företagen i

studien. Således förespråkar vi företagen att utöka sin kunskap ytterligare för att förstå just sitt eget företags drivkrafter och hinder, samt göra sig medveten om andra företags potential för att komma underfund med vad som kan delas och förhoppningsvis öka motivationen till att dela.

Vidare vill vi praktiskt bidra genom att visa på de hinder som existerar i branschen idag till en B2B delning. Varför vi ser det praktiskt för företag att undersöka sina hinder närmare är för att enklare se hur man kan övervinna dem och sätta dem i balans till vad som driver. Exempelvis har vi märkt i resultatet utifrån den sociala faktorn att det krävs en utökad dialog och en större öppenhet för samarbeten mellan företagen för att möjligheter till delning ska skapas, men konkurrensen hindrar till stor del i dagsläget detta från att ske inom branschen. Vi anser att de snarare bör tänka i banor om att dessa hinder inte är oöverkomliga, samt att de kan se möjligheterna hos andra än konkurrenter i och med att det finns grossister med andra inriktningar och kundgrupper.

7.4. Studiens samhällliga implikationer

Vi har en uppfattning om att denna studie har ett bidragande i och med delningsekonomin generella betydelse för samhället i stort. Vi har tidigt i studien belyst att det existerar ett antal världsliga problematiker, vilket har uppbringat globala hållbarhetsmål för alla att eftersträva. Eftersom hållbar utveckling således är ytterst aktuellt, ser vi delningsekonomin som något betydelsefullt i och med dess potential att bidra till just ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet. Om en ökad tillämpning av delningsekonomi i samhället är eftersträvansvärd, kan vi med vår studie vara med och bidra till en sådan ökning tack vare den inbringade kunskap om vad som hindrar eller driver denna tillämpning. Vet vi det, hoppas vi lättare kunna minimera det som hindrar och maximera drivet för att bredda delningsekonomin utsträckning i samhället.

För att minimera och maximera detta, ser vi bland annat att beslutsfattare besitter en stor möjlighet. Här kan de dra nytta av vår studie för att hjälpa företagen i frågan att övervinna hinder och öka tillämpning av delning i samhället de verkar. Även företagen själva kan utöka sin förståelse av delningens potential för att bidra till samhället. Sist men inte minst finns även andra nationella initiativ som kan dra nytta av vår studie i sitt fortsatta arbete med delningsekonomi - i synnerhet Sharing Cities Sweden, vår uppdragsgivare. Vi anser, att tack vare vårt samarbete med Sharing Cities Sweden, kan vår studie göra sig mer betydelsefull och relevant för samhället än om samarbetet inte existerat. För det första eftersom de i sitt dagliga arbete med delningsekonomi har expertis inom ämnet och har således kunnat rådge oss för vilket bidrag som kan ge större nytta för dem och delningsekonomin utveckling. För det andra eftersom den kunskapen efterfrågas i syfte att användas i praktiken och de faktiska initiativ som Sharing Cities Sweden tar. Således kan vår bidragande kunskap förhoppningsvis speglas i handling och ge avtryck som verklig förändring i samhället och inte stanna som endast kunskapsgenererande.

Sharing Cities Sweden som vidare har en av sina testbäddar i Umeå, bidrar inte endast till samhället i stor skala utan också på lokala nivåer. Även därför har vår studie avgränsats till just Umeå, vilket omfattas av flertalet företag inom vår valda bransch som utgjort studiens empiri. Av samma anledningar som stycket ovan, anser vi att vår studie parallellt med vår uppdragsgivares arbete, kan bistå Umeå stad och dess näringsliv med hållbara utvecklingsmöjligheter. Inte minst med företag inom just partihandel-/grossistbranschen,

när det är främst deras hinder och drivkrafter som undersökts.

Vi önskar se att vår studie kommer tillhanda för att nå de mål som finns för staden och att det kan vara som inspiration för andra städer i arbetet mot hållbarhet. Vi hoppas att en ökad tillämpning av delningsekonomi av olika aktörer inom exempelvis näringslivet, också kan inspirera privatpersoner att ändra sin konsumtion till att dela mera, antingen genom egna initiativ eller genom användning av befintliga delningsalternativ. Tillsammans kan vi arbeta hållbart på samtliga nivåer i samhället.

7.5. Studiens begränsningar och framtida forskning

Inledningsvis har vi några begränsningar utifrån den metod vi har valt att tillämpa i studien. Coronaviruset Covid-19 resulterade i att våra intervjuer inte kunde ske som planerat ute på respondenternas företag. Istället fick datainsamlingen genomföras via digitala videoverktyg och över telefon, vilket vi anser begränsar dialogens och metodens möjligheter. En framtida studie skulle kunna utveckla det vi fått fram ytterligare genom att utföra intervjuer på plats, eftersom respondenten exempelvis skulle kunna känna sig mer bekväm, samt att det blir en annan form av samtal och intryck att ta in när man befinner sig i samma rum. En annan begränsning är att vi har utfört en kvalitativ studie, vilket ger till följd att resultatet inte kan generaliseras till andra kontexter och således branscher. Ett framtida forskningsförslag är att spinna vidare på våra resultat i form av en kvantitativ studie, exempelvis genom att bevisa faktorernas existens som hinder och drivkrafter eller påvisa korrelationer sinsemellan faktorerna. Vi har som tidigare nämnt funnit indikationer på att det kan finnas en avvägning mellan bekvämlighet som ett hinder och ekonomi som en drivkraft, detta är ett exempel som skulle kunna utforskas ytterligare med en annan metod.

Vidare existerar det också vissa teoretiska begränsningar med studien som har en påverkan på resultatet. För det första har vår forskningsansats bestått av en deduktiv ansats med induktiva inslag, vilket betyder att vi först har ställt en generell fråga om allmänna hinder och drivkrafter, varefter vi utgått från ett fåtal bestämda faktorer vi funnit betydande i tidigare studier. Detta influerar resultatet eftersom vi frågat specifika frågor utifrån just dessa faktorer, varav ett annat resultat hade kunnat frambringats om vi exempelvis hade inkluderat ytterligare eller annorlunda faktorer. Förslagsvis kan även en induktiv ansats av högre grad vara intressant, eftersom det skulle kunna generera en mer öppen approach till att upptäcka faktorer i empirin. Utöver detta, är undersökningen baserad på forskning i C2C och B2C kontext, vilket kan ses som en begränsning för vår studie i B2B. Vi har således förhoppningen att framtida forskning kan finna bättre förutsättningar att utgå från mer relevant tidigare forskning där bland annat våra framtagna faktorer för delning i denna kontext kan vara passande. Vi rekommenderar därför att undersöka faktorerna hitta partner och konkurrens för att kunna stärka dess betydelse bland företag. Gällande just konkurrens ser vi även potential för framtida forskning att undersöka hur detta hinder kan övervinnas genom exempelvis coopetition som möjliggör just samarbete mellan konkurrenter.

Utifrån vår urvalsmetod valde vi att kontakta företag inom vår valda bransch utan syfte att uppnå en speciell variation av företagsinriktningar, istället fick slumpen avgöra. Vi ansåg, på grund av omständigheterna kring coronaviruset Covid-19, att det var svårt att uppnå en sådan medveten variation eftersom flertalet företaget gjorde avslag på vår förfrågan till intervju med pandemin som anledning. Förslagsvis kan framtida studier

fokusera mer på just inriktningarna i partihandel-/grossistbranschen i syfte att jämföra samtligas hinder och drivkrafter mer än vad vi gjort i vår studie. Det kan öka förståelsen ytterligare för potentialen att dela mellan varandra i denna bransch.

En annan begränsning från insamlingen av empirin var respondenternas kunskap kring termen delning, något vi uppfattade kunde skilja sig mellan respondenterna och vara låg hos några. Således resonerar vi kring risken att svaren delvis kan grundas på gissningar och antagande om delningen innebörd och de hinder och drivkrafter man tror sig finnas, samt att personliga åsikter kan speglas om man saknar kunskap om delningen i just företagssammanhang. Detta trots att vi innan skickat informationsmail till samtliga respondenter med begreppsförklaringar om bland annat delningsekonomi. Vi ser dock möjligheten i att framtida forskning skulle kunna studera etablerade företag som redan har implementerade delningslösningar, då vi tänker oss att sådana aktörer kan förklara mer konkret baserat på erfarenhet vad som varit hindrande och drivande för dem när de tillämpade delning. Slutligen är en annan intressant inriktning att utforska specifikt den politiska faktorn ytterligare eftersom det fanns väldigt lite kunskap kring den, exempelvis genom att intervjua personer i högt uppsatta politiska positioner.

8. Sanningskriterier

Nedanför redogör vi för hur vår studie förhåller sig till sanningskriterierna som gäller vid bedömning av en forskningsstudie. Vi har fokuserat på de kriterier som främst gäller en kvalitativ undersökning för att lättare argumentera för just vår studies värde.

Vilka kriterier som gäller vid bedömningen av ens studie är en viktig aspekt att ta hänsyn till (Saunders et al., 2016, s. 205). Vid bedömningen återfinns enligt Bryman & Bell (2017, s. 68) tre viktiga kriterier; reliabilitet, replikerbarhet och validitet. Att en studie uppnår reliabilitet innebär att resultaten är tillförlitliga och kan frambringas igen vid nya studier, betydande att studiens resultat inte beror på tillfälligheter. Vanligtvis är detta intressant i kvantitativa undersökningar för att förstå hur pass stabilt dess mått är. Det andra kriteriet replikerbarhet liknar den förstnämnda och handlar om att en studie ska vara upprepningsbar ifall man önskar göra om samma studie igen (Bryman & Bell, 2017, s. 68). Slutligen finner vi validitet, vilket bedömer om en studies slutsats är relevanta för vad som är ägnat åt att undersöka (Bryman & Bell, 2017, s. 69).

Att bedöma en kvalitativ studie utefter ovan nämnda kriterier är enligt flertalet forskare besvärligt eftersom kriterierna anses vara anpassade till kvantitativ forskning och dess mätningar (Bryman & Bell, 2017, s. 378). Guba & Lincoln (1994, refererad i Bryman & Bell, 2017, s. 380) anser att kvalitativa studier bör bedömas helt utifrån andra kriterier eftersom de menar att den sociala verkligheten kan ha fler än en beskrivning. De visar på två kriterier med benämningen trovärdighet och äkthet, vilka ska fungera som alternativa kriterier för reliabilitet och validitet. Kriteriet trovärdighet har fortsatt delkriterier bestående av tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering. I och med det faktum att vår studie består av en kvalitativ metod, har vi valt att utgå från dessa kriterier.

Tillförlitlighet är ett trovärdighetskriterium som är anpassad till det faktum om att den sociala verkligheten kan återges i fler än en bild. För att uppnå detta ska studiens beskrivning av verkligheten vara av god återspeglings och bekräftas av dem som deltagit i studien för att styrka forskarens uppfattning (Bryman & Bell, 2017, s. 381). I enlighet med detta har vi genom vår intervjumetod erhållit en mer djupgående förståelse för den sociala verklighet som studerats. Vi har även i vårt urval valt respondenter som vi anser bäst kan beskriva denna verklighet eftersom de ingår i den bransch som studien undersöker. Slutligen har vi, efter överenskommelse med respondenterna, valt att rapportera vår undersökning till samtliga medverkande i studien för att de ska kunna ta del av vår uppfattning om deras verklighet.

Vidare finns kriteriet överförbarhet, vilket är anpassad efter att kvalitativ forskning ger en fördjupad bild av en snävare grupp människor i jämförelse med kvantitativa studier (Bryman & Bell, 2017, s. 382). Lincoln & Guba (1985, refererad i Bryman & Bell, 2017, s. 382) förklarar att studier med uttömmande beskrivningar och tydliga redogörelser av resultatet kan lättare bedömas som överförbara till andra miljöer och kontexter. Vi har i vår empiri beskrivit och citerat vad samtliga respondenter förklarat om sin verklighet på ett korrekt och tydligt vis. Vidare har vi noggrant analyserat det som belysts i resultaten för att göra tydliga återkopplingar till respondenterna för att komma fram till väl genomtänkta slutsatser. Med denna grund anser vi att slutsatserna kan överföras på andra liknande miljöer, såsom samma bransch fast i en annan stad.

Lincoln & Guba (1985, refererad i Bryman & Bell, 2017, s. 382) menar vidare att bedömningen för en studies pålitlighet grundar sig i hur väl forskaren har ett granskande synsätt. Med andra ord bör en studie vara väl utformad med noggranna redogörelser av samtliga forskningsfaser för att bedömas som pålitlig. Vi har regelbundet i vår studie argumenterat för de olika val vi gjort i samtliga forskningsfaser. Det innefattar att vi noggrant redogjort för *vad* vi väljer och *varför*, samt att vi för en jämförande argumentation när det existerar flertalet alternativ. Läsaren har därför stor möjlighet att utveckla en förståelse för studiens utformning.

Slutligen beskrivs konfirmering som ett kriterium vilket tar hänsyn till svårigheten i att vara objektiv i undersökningar av en social verklighet. Av den anledningen bör forskaren påvisa att man inte medvetet påverkat studien med exempelvis personliga värderingar (Bryman & Bell, 2017, s. 382-383). Först och främst har vi i under metod beskrivit vår förförståelse inom ämnet för att göra oss och läsarna medvetna om hur studien kan komma att påverkas, något vi därefter tagit hänsyn till. Som vi tidigare nämnt, har vi i vår empiriska insamling endast återgett för respondenternas utsagor och deras tankar och tycken kring ämnet. Även fast vi i analysen klargjort för vad vi anser framkommer från resultatet, är dessa åsikter inte baserat på vårt personliga tycke, istället endast på respondenternas påståenden.

Förutom trovärdighet och dess fyra delkriterier, ska vi slutligen beskriva det andra kriteriet som Lincoln & Guba (1985, refererad i Bryman & Bell, 2017, s. 383) berör; äkthet. Den innefattar fortsatt fem stycken kriterier; rättvis bild, som innebär att studien ger en rättvis återspeglning av den utforskade gruppens uppfattningar och ontologisk autenticitet som betyder att studien bidrar till ökad förståelse av den medverkandes egen verklighet. Det tredje kriteriet, pedagogisk autenticitet, syftar till att de som medverkat får en ökad förståelse för hur andra i samma verklighet uppfattar den. Vidare betyder katalytisk autenticitet att studien bidrar till att den medverkande kan förändra sin situation och kriteriet taktisk autenticitet syftar till att en förståelse skapas för vilka åtgärder som krävs. Baserat på dessa, argumenterar vi för att vår studie ger en rättvis bild över de medverkandes verklighet, eftersom studiens resultat baserats på varje enskild respondents uppfattningar. Att vi sedan satt ihop allas uppfattningar har skapat en helhetsförståelse över hur samtliga ser denna verklighet. Vi anser att studien kommit fram till ett tydligt resultat kring vad som hindrar och driver till delning, en förståelse som vi anser bidrar till insikten i vad som kan förändras och genom vilka åtgärder.

Referenser

- Anglada, Q.M. & Hernández Lara, A.B. (2019). Research on the sharing economy: Why are some articles more cited than others? *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 1-19.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own? *Annals of the American academy of political and social science*, 611, 126–140.
- Belk, R. (2014) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1595–1600.
- Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable good and the emergence of sharing as a modality of economic production. *The Yale Law Journal*, 114 (2), 273-358.
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business.
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3:e uppl. Malmö: Liber AB.
- Böcker, L. & Meelen, T. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Cherry, C.E & Pidgeon, N.F. (2018). Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy. *Journal of Cleaner Production*, 195, 939-948.
- Choi, H.R., Cho, M.J., Lee, K., Hong, S.G., & Woo, C.R. (2014). The Business Model for the Sharing Economy between SMEs. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 11 (1), 625-634.
- Ciulli, F. & Kolk, A. (2018). Incumbents and business model innovation for the sharing economy: Implications for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 214, 995-1010.
- Du Pisani, J. (2006). Sustainable development – historical roots of the concept, *Environmental Sciences*, 3:2, 83-96
- Ertz, M. & Sarigöllü, E. (2019). Assessing the Potential of Sustainable Value Chains in the Collaborative Economy. *Sustainability 2019*, 11 (2), 390
- EuroCommerce for retail & wholesale. (2020). *Wholesale at the centre of Europe's economy*. [Publicerat dokument].
- FN-förbundet (2020). *FN-fakta hållbar utveckling. Omställning till hållbar värld brådskar*. [Publicerat dokument].

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.

Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, 22 (4), 228-231.

Ivl Svenska Miljöinstitutet (2019). *Delningens potential*. [Publicerat dokument]. Stockholm: Ivl Svenska Miljöinstitutet. Rapportnr: C459-S.

Jacobus A. Du Pisani Professor of History (2006). Sustainable development – historical roots of the concept. *Environmental Sciences*, 3 (2), 83-96

May, S., Königsson, M. & Holmström, J. (2017). Unlocking the sharing economy: Investigating the barriers for the sharing economy in a city context. *First Monday*, 22 (2), 1-17.

Mccormick, K., & Leire, C. (Eds.) (2019). *Sharing Cities: Exploring the Emerging Landscape of the Sharing Economy in Cities*. Lund University.

Mi, Z. & Coffman, D. (2019). The sharing economy promotes sustainable societies. *Nature Communications*, 10 (1), 1214.

Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*. 14, 193-207.

Nationalencyklopedin, (NE). (2020). Business to business. *NE*. <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/business-to-business> [Hämtad 2020-02-13]

Owyang, J. (2014). *Sharing is the new buying: How to win in the collaborative economy*. [Rapport]. Visioncritical & Crowdcompanies. https://www.slideshare.net/jeremiah_owyang/sharingnewbuying. [Hämtad 2020-05-06]

Plewnia, F. & Guenther, E., (2018). Mapping the sharing economy for sustainability research. *Management Decision*, 56 (3), 570-583.

Rauch, D.E & Schleicher, D. (2015). Like Uber, but for Local Government Law: The Future of Local Regulation of the Sharing Economy. *Ohio St. L.J*, 76, 901-1423.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students*. 7:e uppl. Harlow: Pearson.

Sharing Cities Sweden (2020). *Sharing Cities Sweden - A national program for the sharing economy in cities*. *Sharing Cities Sweden*. <https://www.sharingcities.se>. [Hämtad 2020-02-11]

Skatteverket (2020). Byta tjänster. *Skatteverket*. <https://www.skatteverket.se/privat/skatter/arbeteochinkomst/inkomster/delningsekonomi/bytatjanster.4.7459477810df5bccdd4800034088.html>. [Hämtad 2020-05-08]

Slagen, D (2014). From P2P to B2B: The next phase of the sharing economy. *Venturebeat*, [Online] 8 September. Tillgänglig via; <https://venturebeat.com/2014/09/08/from-p2p-to-b2b-the-next-phase-of-the-sharing-economy/> [Hämtad 2020-02-14]

Umeå Kommun (2018). *Översiktsplan Umeå Kommun - Vägvisning till planens delar, teman och aktualitet*. [Publicerat dokument]. Umeå: Umeå Kommun.

Umeå Kommun (2019). Dela Digitala Plattformer. *Umeå Kommun*. <https://umea.se/umeakommun/byggaboomiljo/samhallsutvecklingochhallbarhet/klimatemiljoochhallbarhet/sharingcityumea/delprojektsharingcityumea/deladigitalaplattformar.4.5a0a6a8216d5ccdc92b11e50.html> [Hämtad 2020-03-03]

UNDP (2020a). Om oss. <https://www.se.undp.org/content/sweden/sv/UNDP%20Sverige/about-us/our-team.html> [Hämtad 2020-02-11]

UNDP (2020b). Frågor & svar. <https://www.globalamalen.se/fragor-svar/> [Hämtad 2020-02-11]

World Commission on Environment and Development (1987) *Our common future*. 1:a uppl. Oxford: Oxford University Press.

Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J.W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54 (5), 687-705.

Appendix

Appendix 1: Intervjuguide

Tema	Intervjufråga	Teoretisk koppling
Introduktionsfrågor	Skulle du kunna berätta för oss om företaget? Berätta om den roll du besitter i företaget?	
Bakgrundsfrågor	Hur arbetar ni i företag med hållbarhet? Vad har företaget för resurser? Vad har företaget för underutnyttjade resurser?	
Hinder & Drivkrafter	Vilken potential ser du för en implementering av delningsekonomi för er verksamhet och bransch emellan grossister? Vad finns det för hinder enligt dig för just ert företag till delningsekonomi i en B2B kontext? Vad finns det för drivkrafter enligt dig för just ert företag till delningsekonomi i en B2B kontext?	
Miljömässiga faktorer	Anser du att miljömässiga faktorer är något som hindrar eller driver er till att vilja ingå i en delningslösning? (i en B2B kontext i er bransch) Isåfall hur?	Böcker & Meelens, 2016; Hamari et al., 2016; Möhlmann, 2015;
Ekonomiska faktorer	Anser du att ekonomiska faktorer är något som hindrar eller driver er till att vilja ingå i en delningslösning? (i en B2B kontext i er bransch) Isåfall hur? Förklara hur eventuella kostnader eller kostnadsbesparingar skulle hindra eller driva er till att vilja ingå i en delningslösning?	Benkler, 2004; Botsman & Rogers, 2010; Böcker & Meelens, 2016; Möhlmann, 2015; Hamari et al., 2016;
Sociala faktorer	Anser du att sociala faktorer är något som hindrar eller driver er till att vilja ingå i en delningslösning? (i en B2B kontext i er bransch) Isåfall hur? Förklara hur en eventuell gemenskap er företag emellan skulle hindra eller driva er till att vilja ingå i en delningslösning?	Botsman & Rogers, 2010; Böcker & Meelen, 2016; Möhlmann, 2015; Hamari et al., 2016;
Politiska faktorer	Anser du att politiska faktorer är något som hindrar eller driver er till att vilja ingå i en delningslösning? (i en B2B kontext i er bransch) Isåfall hur? Förklara hur eventuella lagar och regler skulle hindra eller driva er till att vilja ingå i en delningslösning?	May et al., 2017
Trygghetsfaktorer	Anser du att trygghet är något som hindrar eller driver er till att vilja ingå i en delningslösning? (i en B2B kontext i er bransch) Isåfall hur? Förklara hur eventuell bekvämlighet skulle hindra eller driva er till att vilja ingå i en delningslösning? Förklara hur eventuell tillit skulle hindra eller driva er till att vilja ingå i en delningslösning?	Botsman & Rogers, 2010; Cherry & Pidgeon, 2018; Owyang, 2014; Botsman & Rogers, 2010; May et al., 2016; Möhlmann, 2015;

Appendix 2: Informationsmejl till respondenter

Hej (namn)!

Med anledning av vår planerade intervju tillsammans med dig, kommer här ett informationsmejl om intervjuens innehåll för att ge dig chansen att förbereda dig. Syftet med vår studie är att undersöka delningsekonomins hållbara potential hos företag inom branschen partihandel/grossist i en B2B kontext, genom att förstå vilka hinder eller drivkrafter det finns till att dela sina underutnyttjade resurser, samt ta del av andras.

Vi kommer prata om:

- Om företaget och de resurser ni tillhandahåller
- Hur ni ser på delningsekonomins potential att appliceras på er verksamhet
- Tydligare vilka hinder eller drivkrafter till delning som kan tänkas existera för er

Vi har bifogat ett dokument med förklaring av vissa begrepp och teman, bland annat delningsekonomi och vad vi menar med hinder och drivkrafter. För att underlätta intervjun och göra den mer tidseffektiv, ber vi er läsa igenom dokumentet.

Vidare kommer vi fråga dig om vi får spela in intervjun och därefter transkribera den. Om så är fallet vill vi tydliggöra att vi kommer ta bort din inspelade fil direkt efteråt. Vi kommer också fråga om du föredrar att vara anonym eller inte. Slutligen beräknar vi att intervjun kommer pågå under cirka 30-60 minuter och om du önskar kan vi erbjuda att skicka ut den fullständiga rapporten när vi är klar med examensarbetet.

Intervjun kommer genomföras via videoprogrammet Zoom, eftersom det har visat sig vara smidigast och mest stabilt. Det enda du behöver göra i förväg är att installera programmet på din dator (tar endast någon minut), där installationslänken är; <https://zoom.us/download>. Cirka 10 minuter innan vår avtalade tid kommer vi att skicka ut en mötesinbjudan till din mejl, där det enda du behöver göra är att klicka på möteslänken för att ansluta till mötet (förutsatt att du sedan innan installerat Zoom).

Vi ser fram emot vårt samtal och önskar dig en fortsatt bra dag!

Med vänliga hälsningar,

Linn & Jessica

Appendix 3: Förklaring av viktiga begrepp till respondenter

Tema och begreppsförklaring:

Underutnyttjade resurser - Här menas resurser som företaget äger och brukar, men inte till dess fulla potential. Exempel på detta är lokaler som står tomma en del av dygnets timmar, fordon som står stilla, verktyg som sällan används eller maskiner som kan producera mer än vad företaget behöver. Vidare kan det innefatta resurser såsom personal, kunskap, data, system, transport, material, utrustning och energi.

Delningsekonomi - Delning beskrivs som handlingen att låta andra ta del av något man själv äger, samt att man själv får använda andras ägodelar. I vår studie innebär det mer specifikt delning av en underutnyttjad resurs från ett grossistföretag till ett annat företag, mot någon form av kompensation. Med kompensation menas exempelvis pengar eller att man får ta del av den andres resurser i gengäld.

Hinder och drivkrafter - I denna studie syftar hinder och drivkrafter till faktorer som påverkar huruvida företag väljer att delta i en delningsekonomi. Med hinder menas faktorer som förhindrar er företag, medan drivkrafter menas faktorer som driver er företag till att vilja applicera detta.

B2B - Business-to-business. Hela vår studie och vår intervju kommer grunda sig på denna kontext. Det innebär att delningen som vi undersöker kommer gälla mellan företag i er bransch (partihandel-/grossister) och inte mellan er och kunder. Vi vill därför klargöra att vi vill förstå era hinder och drivkrafter till att dela era resurser till andra företag inom er bransch eller att själva ta del av andras resurser från företag inom er bransch.



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET

Företagsekonomi 901 87 Umeå 090 786 50 00 www.usbe.umu.se