

Hur skapas tillit mellan användare och värdar vid användandet av tjänster i delningsekonomin?

- En kvalitativ studie om hur Airbnbs värdar och användare skapar tilliten mellan varandra.

Av: Aland Ahmed och Ifrah Ayanle Omar

Handledare: Emilia Kvarnström

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Företagsekonomi C | Höstterminen 2018



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Abstract

The purpose of the study was to study trust between Airbnb hosts and users. The complexity of the sharing economy lies in the fact that it lacks formal contracts and laws that support the private individuals included in an agreement. This type of economy is not in complete absence of laws. But laws that usually apply outside the sharing economy are not supported in this type of organizational form. Then the problem arises, when trust must be created between each other, since there are no laws to lean on disputes, fraud etc. not only that the sharing economy is characterized by uncertainty, the booking takes place digitally, which contributes with even greater uncertainty. The actors are forced to find ways to create security in the form of trust. The authors of the study have therefore investigated how Airbnbs' hosts and users create trust between each other. The study was based on a qualitative research method in the form of twelve semi-structured telephone interviews. The study's theoretical frame of reference consisted of previous research on the sharing economy, trust in the sharing economy and peer-to-peer asset sharing. The result was that respondents using the feedback system consisting of reviews and reviews and the person's profile create an idea of the person and then get their own impression when they have a conversation with the person. Communication, feedback system and profile are thus the three ways that give an impression that further shapes and creates trust between users and hosts on Airbnb.

Keywords: sharing economy, Airbnb, trust, peer-to-peer, feedbacksystem, communication and profile

Sammanfattning

Syftet med studien var att studera tillit mellan Airbnb värdar och användare. Delningsekonomin komplexitet ligger vid att det saknar formella kontrakt och lagar som stödjer privatpersonerna som ingår i ett avtal. Den typen av ekonomi är inte i helt avsaknad av lagar. Men lagar som vanligtvis gäller utanför delningsekonomin stöds inte i denna typ av organisationsform. Då uppstår problematiken, när tillit måste skapas mellan varandra, eftersom att det inte finns lagar att luta sig till vid tvister, bedrägerier etc. inte nog med att delningsekonomin präglas av osäkerhet, sker bokningen digitalt vilket bidrar med ännu större osäkerhet. Aktörerna är tvungna att hitta sätt för att skapa säkerhet i form av tillit. Författarna i studien har därför undersökt hur Airbnbsvärdar och användare skapar tillit mellan varandra. Studien baserades på en kvalitativ forskningsmetod i form av tolv semistrukturerade telefonintervjuer. Studiens teoretiska referensram bestod av tidigare forskning om delningsekonomi, tillit i delningsekonomin samt peer-to-peer utlåning. Resultatet blev att respondenterna med hjälp av feedbacksystemet bestående av omdömen och recensioner samt personens profil skapar en uppfattning om personen och sedan får ett eget intryck när de har en konversation med personen. Kommunikation, feedbacksystem och profil är alltså de tre sätten som ger ett intryck som vidare formar och skapar tillit mellan användare och värdar på Airbnb.

Nyckelord: Delningsekonomi, Airbnb, tillit, Peer-to-peer, feedbacksystem, kommunikation och profil

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	1
1.1 BAKGRUNDSBESKRIVNING	2
1.2 PROBLEMFÖRMULERING	4
1.3 SYFTE	5
1.4 FRÅGESTÄLLNING	5
2 TIDIGARE FORSKNING OM DELNINGSEKONOMI OCH DESS BETYDELSE AV TILLIT	6
2.1 DELNINGSEKONOMI	6
2.1 TILLIT	7
2.3 PEER- TO PEER UTLÅNING	9
2.3.1 Tillit mellan förmedlare och låntagare	10
3 METOD	13
3.1 FORSKNINGSTRATEGI	13
3.2 URVAL	14
3.3 SEMISTRUKTURERADE TELEFONINTERVJUER	14
3.4 FÖRBEREDELSE OCH UTFORMNING AV FRÅGOR	14
3.5 GENOMFÖRANDE	15
3.6 KODNING	16
3.7 ETISKA RIKTLINJER.....	17
3.8 TROVÄRDIGHET	18
4 RESULTAT	19
4.1 TEMA 1- FEEDBACKSYSTEM	19
4.2 TEMA 2- PROFIL.....	21
4.3 TEMA 3- KOMMUNIKATION	23
4.4 ERFARENHET	24
4.5 TEMA 1 - FEEDBACKSYSTEM	26
4.6 TEMA 2 - KOMMUNIKATION.....	28
5 ANALYS OCH DISKUSSION	30
5.1 DELNINGSEKONOMI.....	30
5.2 PEER-TO-PEER UTLÅNING	31
5.3 KOMMUNIKATION, FEEDBACKSYSTEM OCH PROFIL.....	33
6 SLUTSATS	35
6.1 UTVÄRDERING AV EGET ARBETE	36
6.2 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	36
7 REFERENSLISTA.....	37
8 BILAGA	39

1 Inledning

Avsnittet börjar med en inledning om delningsekonomi och vidare presenteras en bakgrund om studiens företagsurval, Airbnb. Sedan redogörs en problemformulering som sedan skalas av till ett syfte och en frågeställning.

Det engelska ordet för delningsekonomi är sharing economy, men med tiden har fler synonymer uppkommit som “peer-to-peer economy”, “collaborative economy” samt “gig economy.” Fenomenet fokuserar på en rad olika tjänster och varor som transport, korttidsboende, enkla och små uppgifter, transport av husdjur och uthyrning av bilar samt verktyg mm. Delningsekonomi är en slags återvinning eller ett sparande på resurser som är underutnyttjade och som organisationer kan dra vinst eller nytta av. Det i sin tur binder samman kontakten mellan användare och leverantörer på ett enkelt och smidigt sätt med hjälp av tekniken. Tjänsterna skapar en plattform för företag samt gör det möjligt för byten av tjänster direkt eller indirekt mellan två privatpersoner. (Das 2018).

Internet har gett upphov till möjligheten att på ett smidigare sätt komma i kommunikation med andra människor som i enlighet med detta har gjort att konsumtionsmönstret har förändrats. Konsumenter behöver idag inte köpa en helt ny vara för en gångs användning, utan det finns alltid människor som på diverse hemsidor publicerar produkter som de inte har något permanent behov av och därmed är öppna för uthyrning till andra under kortare tidsperiod. Varuutbudet inom delningsekonomin är oändligt många, man kan hitta varor för en rad olika tillfällen. Till exempel när ett företag ska medverka i en mäsas och närliggande hotell i området är fullbokade, kan ett annat boendialternativ vara Airbnbs utbud av boende (Botsman & Rogers, 2011)

Denna organisationsform är annorlunda och saknar skriftliga avtal där man skriver på ett kontrakt. Vanligtvis brukar man i organisationer skriva på ett kontrakt där rollerna är fördelade mellan arbetsgivare eller arbetstagare. Men delningsekonomin saknar detta skriftliga kontrakt och därmed kan problem uppstå. När ett avtal sluts mellan privatpersoner kan det leda till oklarheter mellan parterna då det saknas en tydlig uppdelning av respektives position samt en förvirring kring skyldigheter, ansvar och rättigheter. Eftersom respektive led inte har en personlig kontakt och allt sker digitalt kan detta leda till ett problem då det kan brista i tilliten mellan privatpersoner. Uber är ett sånt exempel på ett företag där kommunikationen med någon av privatpersonerna inte finns till förfogande, utan genom appen närvarar som en stödfunktion

i samband med potentiella komplikationer eller frågor. Airbnb fungerar på samma sätt (SOU 2017:26).

Delningsekonomin har inte lagar som skyddar köparen eller säljaren i Customer-to-customer (C2C) eller Peer-to-peer (P2P) domäner vilket i sin tur skapar osäkerhet. Men däremot har konsumenter och näringsidkare lagar som konsumentköplagen och köplagen att falla tillbaka till vid tvister. Konsumentköplagen arbetar för konsumenterna och deras rättigheter. Lagen är utformad på så sätt att konsumenternas rättigheter inte går att förhandla och som därmed tvingar näringsidkaren att enligt lagen ge alla konsumenter samma villkor (Konsument köplagen 2018). Eftersom delningsekonomin inte stöds av konsumentköplagen, tvingas inte privatpersonerna att förhålla sig till de regler som lagen menar, till exempel som att ge samma villkor.

Den stora skillnaden mellan delningsekonomin kontra business-to-business (B2B) och business-to-customer (B2C) är lagar som bidrar till trygghet. Den trygghet som finns i B2B och B2C finns inte i delningsekonomin som därför är beroende av tillit. Ett exempel kan vara att man som konsument inte ska behöva vara orolig för att inte få sina produkter eller att produkten är defekt. Befintliga lagar gör att de kan vända sig till butiken eller gå vidare med ärendet om ingen hjälper, då lagen skyddar konsumenten och vice versa för säljaren. För delningsekonomin gäller istället köplagen som ger utrymme för båda parterna att forma överensstämmelser utöver lagen (Hallå konsument 2018). T.ex. kan man inte förvänta sig att varan ska vara i toppskick om den är begagnad. Om säljaren utesluter viktig information som att varan är skadad eller dylikt, bryter personen mot lagen. Överenskommelserna "utanför" lagen gör att man inte är skyddad och därför måste man skapa tillit till motparten. Bristen på lagar i denna domän skapar osäkerhet, av den anledningen säger man att tillit är en betydande faktor inom delningsekonomin.

1.1 Bakgrundsbeskrivning

Studien ämnar att studera ett företag inom delningsekonomin, det valda företaget är Airbnb. Verksamheten utvärderas idag till 10 miljarder dollar (Byers et al., 2016). Antalet värdar registrerade på Airbnb är 2,9 miljoner, varje månad ansluter sig fjorton tusen nya värdar och antalet Airbnb vistelser varje natt är i genomsnitt 800 tusen, och framgången visar på att tjänsten har etablerat en konkurrenskraftig utmaning gentemot den traditionella hotellbranschen

(Airbnb u.å.). Företaget kan med ord beskrivas som en online marknadsplats som siktar på att skapa en plattform som inkluderar alla värdar och gäster vid uthyrning av privat boende. Airbnb är plattformen där privatpersoner kan hyra ut sitt boende och hyra ett boende. Personer som hyr ut kallas för värd och personer som hyr kallas för användare eller gäst. Gästerna har möjligheten att inte bara hyra ett rum utan även hyra olika sorters boende, t.ex. en lägenhet, hus eller delade rum. Plattformen lanserades 2008 och erbjuder tillgång till över fem miljoner platser att bo på i över 81 000 städer och 191 länder globalt (Airbnb, 2018).

Inom forskningen har hemmet sedan länge betraktats som en plats för det privata och avskiljts från ekonomisk aktivitet, det vill säga att tjäna pengar på sin privata bostad inte har varit vanligt förr (Domosh & Seager 2001; McDowell 1999). Airbnb är dock det företag som brutit sig loss från det synsättet och normaliserat idén om att få betalt för att hyra ut sin privata bostad eller dylikt. Det går till på så sätt att bokningsprocessen är uppdelat i tre steg. Till att börja med annonserar värden det utrymme som hen är intresserad av att hyra ut. Värden är inte bunden till någon form av schema, prisklass eller krav, utan värden är i position att forma dem på egen hand. Sista steget blir då att publicera annonsen för att potentiella gäster ska ta kontakt med värden och boka boendet. Gästerna kan besöka hemsidan för att läsa recensioner/omdömen om värden från tidigare gäster för att bilda en uppfattning, men även för att känna sig säker i sitt val av boende (Airbnb, 2018).

På Airbnbs hemsida förespråkar företaget trygghetens betydelse för att med hjälp av riskbedömning, varningslistor & bakgrundskontroller, beredskap, säkra betalningar, kontoskydd och bedrägeribekämpning försöka åstadkomma tillit mellan värden och användaren (Airbnb, 2018). Först genomgår alla Airbnb-bokningar en riskbedömning där verktyg som "predictive analytics" samt maskininlärning nyttjas, detta för att utesluta potentiella risker innan bokningen bekräftas (Airbnb, 2018).

Sedan vill Airbnb med varningslistor/bakgrundskontroller granska alla värdar och användare för att därefter säkerställa att de tidigare inte begått brott, sanktioner och att ingen koppling till någon form av terroristisk verksamhet kommer upp i kontrollerna. När användaren ska genomföra betalningen hamnar pengarna först hos Airbnb och när användaren anlant till boendet får värden pengarna av Airbnb. Med säkra betalningar vill Airbnb minimera eventuella bedrägerifall (Airbnb, 2018). Airbnb arbetar ständigt med att motarbeta bedrägerier och

uppmannar alltid att kommunikation mellan värden och användaren inte lämnar deras plattform under bokningsprocessen. Airbnb har tillgång till chattforumet och kan följa konversationen och kan utifrån mångsidiga försvarsstrategier reda ut tvisten (Airbnb, 2018).

Airbnb anordnar seminarier där de med olika redskap informerar värdarna om trygghet och hur de går tillväga vid t.ex. bränder. Värddar får även kostnadsfri rök- och kolmonoxid-detektor (Airbnb, 2018). Dessutom är kontoskydd ett ytterligare steg som Airbnb poängterar spelar en betydande roll i skapandet av tillit mellan värden och användaren. De menar att utskick av kontovarningar vid inloggning från en ny dator eller telefon gör att det skyddar personens Airbnb-konto genom att kräva autentiseringar (Airbnb, 2018).

1.2 Problemformulering

Delningsekonomin är egentligen inte ett så nytt fenomen som det påstås. Det har varit känt i Business-to-business domäner där det delats på maskiner inom jordbruk och skogsbruk vid t.ex. mascheringen i de tysktalande länderna. Även i Business-to-customer domäner, där det varit självbetjäning i form av tvättning i tvättstugor, uthyrning av pooler, videor, skidor och lån av böcker på bibliotek. Allra senast har Customer-to-customer domänen uppmärksammats som då är en gren i delningsekonomin (Puschmann, 2016).

Affärerna i respektive domän har över tid förändrats när teknologin har fått sitt genombrott och digitalisering blivit allt mer vanlig. Byten, delningar och affärer som skett fysiskt sker nu över nätet. Det gör att en osäkerhet kan uppstå i fråga om tillförlighet. Internetanvändning generellt förknippas med en rad olika rädslor som resulterar i att man inte kan lita på säkerheten på grund av integritetsbrister, identitets- och kreditkortsinformations stölder. Den digitala processen har en snabb utveckling, och eftersom tillit tar tid att skapa, kan det finnas en brist i tillförlitligheten gentemot delningsekonomin. Med andra ord hinner tillitsskapande inte ikapp med den snabba utvecklingen och det kan skapa ett problem för användarna (Chaffey & Smith, 2008).

Customer-to-customer- eller peer-to-peer domänen är den domän som Airbnb faller in på. Affären sker digitalt mellan två privatpersoner. Problemet är att privatpersonerna tvingas lita på varandra då det saknas lagar och regler som skyddar dem. Varken konsumentköplagen eller hemköplagen med ångerrätt mellan två privatpersoner gäller, vilket utgör en risk att göra affärer på en plattform som Airbnb (risicum u.å.). Problemet som uppstår då är att man som

privatperson får skapa tillit genom diverse metoder över nätet på plattformar som sedan tidigare är känt för att vara osäkert.

1.3 Syfte

Syftet med undersökningen är att studera tilliten mellan Airbnbs användare och värdar. Eftersom tillit är nödvändigt inom delningsekonomin ska denna studie undersöka hur både Airbnb användare och värdar skapar tillit till varandra.

1.4 Frågeställning

- Hur skapas tillit mellan värdar och användare vid användandet av tjänster i delningsekonomin?

2 Tidigare forskning om delningsekonomi och dess betydelse av tillit

Följande avsnitt handlar om vikten av tillit inom delningsekonomin. Forskarna inleder med att presentera delningsekonomin fyra principer och fortsätter med att redogöra andra forskares syn på tillit inom delningsekonomin.

2.1 Delningsekonomi

The Economist (2013) menar att fördelen med delningsekonomin är att aktörerna eliminerats, transaktionskostnaderna havererar där teknologin möjliggjort att det kan genomföras mer effektivt. År 2013 var uthyrningsmarknaden av bostäder värd 26 miljarder dollar. Chansen att dra nytta av sin bostad som Airbnb värd är något många använder sig av. Som exempelvis i San Francisco hyr Airbnb värdarna ut sin bostad i snitt 58 nätter om året och drar in ungefär 9300 dollar. För de inblandade utgör de inte bara en ekonomisk vinning utan även en positiv miljöpåverkan, där deltagarna hyr en bil istället för att köpa en helt ny bil som leder till mindre användning av resurser vid tillverkning av bilar (The Economist, 2013).

Marknadsplatser inom delningsekonomin bygger på tillit mellan individer som inte har en anknytning till varandra. Om man exempelvis skulle sätta sig i en bil med en främling är det viktigt att man lita på att hen är pålitlig och inte har ett dolt syfte. När det gäller hemsidor som Amazon har köparen inget annat val än att lita på att säljaren inte lurat en och sålt en produkt som är i dåligt skick (Botsman & Rogers, 2011).

Botsman och Rogers (2011) presenterar fyra grundbegrepp eller principer som är viktiga för att delningsekonomin ska fungera. "Critical mass" är en av de fyra begrepp, som menar på att individer ska vända sig till hemsidor för att uppfylla sina behov, för det krävs att det finns en rad olika produkter tillgängliga. Men precis som för köparen gäller det även för säljaren att det finns tillräckligt många köpare för att de ska kunna erbjuda ett brett utbud av varor eller tjänster. Det måste alltså finnas en balans mellan efterfrågan och utbud. Airbnb är t.ex. i behov av både värdar och användare för att fungera. Men om få personer använder sig av Airbnb kan det leda till att nya användare eller värdar istället beslutar sig att vända sig till en annan plattform som erbjuder liknande tjänster. Människor tenderar att vilja vara som de i deras omgivning för att känna någon slags samhörighet. Botsman & Rogers (2011) menar att ju mer socialt accepterat delningsekonomin är desto mer bidrar det till critical mass.

Samhället och normer påverkar människan och i ett fall som detta är det positivt då det kan leda till fler användare och värdar på Airbnbs plattform. För att Airbnb ska kunna fungera i enlighet med critical mass behöver antalet boenden möta efterfrågan.

Vidare presenteras det andra grundbegreppet "Idling capacity" som bygger på att det finns produkter som personer personligen äger, men som andra kan hyra. Ett exempel är renoveringsredskap som endast kommer i användning ett fåtal gånger, om inte bara en gång. Istället för att de ska skräpa i förrådet, kan man hyra ut dem och tjäna pengar på det. Botsman & Rogers (2011) menar att man kan dra ekonomiska och miljömässiga fördelar om människor kommer i kontakt med varandra och delar med sig av föremål.

"Belief in the commons" utgör det tredje grundbegreppet där Botsman & Rogers visar på att mycket som en gång i tiden var tillgängligt för alla i allmänheten, har i efterhand privatiserats. Vidare presenterar Botsman & Rogers att orsaken till privatisering var att skydda allmänheten från överanvändning av de delade resurserna, t.ex. att använda för mycket av betesmark. Dock har internet ändrat på allmänhetens inställning. Internet har gett upphov till att man har börjat med att dela saker mellan varandra, exempelvis kunskap via olika hemsidor (Botsman & Rogers, 2011).

Avslutningsvis presenterar Botsman & Rogers (2011) det fjärde begreppet som bearbetar förtroende gentemot främlingar. Inom delningsekonomi har mellanhänder minskat, i vissa fall finns inga mellanhänder och i vissa fall finns det. Mellanhänder innebär en slags säkerhet för kunder men samtidigt innebär det också att köparen blir tvungen att betala ett högre pris. Marknadsplatser inom delningsekonomin som tex. Airbnb är decentraliserade och fungerar som en brygga mellan användare och värdar.

Understående rubrik kommer att introducera tre viktiga studier om tillit i delningsekonomi.

2.1 Tillit

I en artikel skriven av Celata, Hendrickson och Sanna (2017), skriver författarna om delningsekonomin som en marknadsplats som skildrar de olika sätten man kan se på tillit. Författarna i artikeln beskriver problematiken kring tillit i sammanhanget och skapandet av en tillhörighetskänsla som en av utgångspunkterna inom delningsekonomin socialt sett. Delningsekonomin kan enligt författarna förebygga detta problem genom att skapa ett

gemensamt beroende och ansvar. Men de påstår att det egentligen bildar en stark länk socialt och senare utvecklas till en social börda (Celata et al., 2017). Belk (2014) är en författare med liknande tankar, som understryker att osäkerheten med peer-to-peer delning kan skapa ett osäkert betende som är uppbyggd på opportunistisk och frånvaro av tid (Belk, 2014)

Vidare skriver Belk (2014) i sin artikel att de varierande typerna av delningsplattformar kan få en mer tillförlitlig känsla till användargrupper om olika formella och informella detaljer inkluderas i transaktionen. "Tillits-anordningar" som kan användas för att minska kundens skepsis är enligt Belk (2014) exempelvis försäkringar och återbetalningssystem. Däremot påpekar Celata et al. (2017) att metoderna är i en juridisk gråzon och i eventuell meningsskiljaktighet. Därför kan det vara svårt att bedöma vem som har ansvarsbördan. Man kan inte luta sig tillbaka mot lagar och regler för att lösa konflikter då det inte finns lagar som stödjer. Med tanke på att delningen sker mellan två privatpersoner kan man inte utesluta de oförutsägbara risker som parterna kan tvingas genomgå. En risk kan vara att privatpersonerna inte bemöter varandras förväntningar och strider mot de överenskomna bestämmelserna. Internetbaserade feedbacksystem är användbara i processen att skapa ökad tillit på plattformarna, fastän deltagarna saknar rättslig säkerhet (Celata et al., 2017).

Fortsättningsvis hävdar Celata et al. (2017) att feedbacksystem inte fixar tillitsproblematiken gentemot delningsplattformar. Det som gör delningsekonomin unik är sanningen att alla deltagare utgör en viktig del av dess funktion. Aktörerna har som ansvar att företräda och "promota" sig själva utifrån online-profiler där både bilder, ens bakgrund och intressen bland annat kan påträffas (Celata et al., 2017). Författarna i artikeln menar att det faktum att potentiella deltagare kan identifiera sig själva och andra medlemmar kan framkalla en trygghet och andra positiva affirmationer. Vidare menar Celata et al. (2017) att forum kan vara en chans att bilda nya sociala relationer och ge möjlighet att bekanta sig med parten som man ska utföra en ekonomisk uppgörelse med (Celata et al., 2017).

Avslutningsvis menar Huurne et al. (2017) att tillit inom delningsekonomin är vital för att den ska fungera i framtiden, enligt deras undersökning. Skälet till att en del personer inte deltar i delningsekonomin är för att tilltron till den inte finns ur synvinkeln till de risker som kan komma samt konceptet som helhet. Undersökningen kommer även fram till att förtroendet för delningsekonomin är svårare att få fram än inom andra områden med e-handeln för att mer faktorer måste tas i beaktande. För det första är tillit till säljare/konsument precis lika viktig

som förtroendet till en plattform/institution. Men däremot skriver Huurne et al. (2017) att rykte har en betydande del i tilliten mellan köparen/konsumenten. God återkoppling och olika typer av positiva affirmationer utgör en huvudsaklig del av ens rykte (Huurne et al. 2017).

Nedan kommer en modell att redovisas som handlar om hur man skapar tillit i en peer-to-peer domän. Avslutningsvis skriver artikelns författare om ytterligare två generella tillits områden mellan förmedlare och låntagare.

2.3 Peer- to Peer utlåning

Författarna Chen, Lai och Lin (2014) har utvecklat och skapat tillitsmodellen P2P- utlåning som kastar ljus på förmedlingen av framförallt varor/tjänster mellan privatpersoner. Modellen P2P- utlåning stödjer sig på fyra tillit områden: Kognitionsbaserad tillit, institutionsbaserad tillit, kunskapsbaserad tillit och personlighetsbaserad tillit. Chen et al. (2014) igenkänner två generella tillitsområden gällande tillit mellan förmedlare och låntagaren.

- Inom den **kognitionsbaserade** tilliten har både det första intrycket och sekundär information om personen ifråga en betydande roll som individer jobbar mot att skapa tillit till. Generellt brukar individen förlita sig mer till människor som hen kan identifiera sig själv med. Detta visar även på att de personer som individen haft tillit till, kan med sina åsikter och information om personen styra tillitsnivå till personen. Kognitionsbaserad tillit bygger på benägenheten att kunna klassificera men även utveckla övervakning av situationer, där en människa upplever en ökad grad av osäkerhet då person inte har möjlighet till att använda sig av förstahandsinformation. Nyttjande av recensioner och betygssystem kan motverka osäkerheten då man försöker sprida tillit via andrahandsinformation.
- **Institutionsbaserad tillit** är kopplad till tilliten som bygger på en tredje deltagare, exempelvis appen där förmedlingen av varor/tjänster förekommer. Tredje partens försäkran och rekommendationer och avrådan är väldigt viktig för att bygga tillit på online plattformar. Tredje partens information samt människors behov av att bilda tillit till okända personer och institutioner, gör att information och garantier från den tredje parten är essentiell för framtida transaktioner.

- **Kunskapsbaserad** tillit redogör för hur stor kännedom det är mellan de olika parterna. Är individen i fråga säker att vetskapen är tillräcklig för att den personen ska kunna ingå i en kunskapsbaserad tillåtelse med gott samvete till den motsatta parten. Känner man till den andra parten sedan tidigare kan det vara möjligt att man känner mer tillit till den andra parten vilket leder till att man inte blir svindlad.
- **Personlighetsbaserad** tillit hänvisar till varje persons benägenhet till att lita på andra personer utan någon förkunskap om den andra partens intentioner. Givetvis har personer med större sannolikhet att lita på andra människor större chans till att bilda förtroende till andra utan någon förkunskap samt information.

Denna uppsats studerar tillit mellan värd och användare, därför kommer denna modell att appliceras mellan de. Den tillit som beskrivs mellan låntagare och förmedlare kommer kopplas till Airbnbs värdar och användare.

2.3.1 Tillit mellan förmedlare och låntagare

Vidare identifierar Chen et al. (2014) andra tillitsområden men denna gång två generella områden inom tillit. Tilliten till låntagaren förklarar Chen et al. (2014) som en förmodan att låntagaren ämnar ta hänsyn till och försöka möta utlånarens förväntningar samtidigt som den inte drar nytta av och blottar hans svaga punkt. Huvuddelen till att ge liv till och framhålla en god utlåningsprocess är att utveckla en stor tillit till låntagaren och som Chen et al. (2014) uttrycker, är tilliten mellan utlånaren och låntagaren för det mesta kongnitionsbaserad.

För det första skapas tilliten då utlånaren inte agerar direkt vid första anseende på låntagaren då kunskapen om den inte är helt komplett. Utlånaren är då i någon sorts limbo av kontinuerlig otrygghet och ovisshet då låntagare väljs. Men Chen et al. (2014) påpekar i artikeln, två eventuella handlingssätt för att förenkla beslutsprocessen för utlånaren då man ska bedöma och utvärdera låntagaren. Informations granskning är i första hand viktig för att ta reda på om låntagaren förser en med trovärdig information kring lånet. Med hänsyn till detta har utlånaren ett stort nog underlag för att klassa låntagarens ärlighet och behörighet. Det andra tillvägagångssättet som framkommer i artikeln är utlånarens position i att genomföra en indirekt uppskattning. Med det menas att även om låntagaren och utlånaren inte känner varandra sedan tidigare finns det alltid en utlånare som har kännedom av låntagarens principer sedan tidigare.

Recensioner eller betyg via utlånings plattformar som låntagaren kan ta del av eller har givits av låntagaren gör den indirekta granskningen möjlig. Informationen som utlånanen fått fram genom sitt arbete kan vara en sorts portfolio och trygghet i den bearbetning som kommer krävas för att bedöma låntagarens ärlighet och pålitlighet. Den direkta och indirekta bedömningen menar Chen et al. (2014) faller därför under kognitionsbaserad tillit.

Enligt Chen et al. (2014) är tillit till förmedlaren/förmedlingen direkt korrelerad till tilliten som utlånanen bör bidra till förmedlingsplattformen. Förutsättningen för att utlåningprocessen ska fungera smärtfritt, är det väldigt viktigt att förmedlingsplattformen tillfredsställer sin position så bra som möjligt som mellanhanden mellan låntagaren och utlånanen. Därmed är det av störst vikt att låntagaren och förmedlingsplattformen erhåller tillit från utlånanen. Detta för att processen ska lyckas. Tillit till förmedlingen är därmed uttryckt som den tillit utlånanen har till förmedlaren. Utlånanen litar på att förmedlaren ska utföra sitt jobb med att förse utlåning på så sätt att utlånanen känner sig trygg.

Fortsättningsvis har Chen et al. (2014) även uttryckt direkta och indirekta metoder när det kommer till tillit till förmedlaren/förmedlingen. Den första evaluerings delen går ut på att bedöma ifall förmedlaren är erfaren nog för att tillhandahålla sig positionen och utföra en säker och god service. I och med att utlånanen är den parten som känner sig utsatt vid utlåning av pengar gör att tilliten rent allmänt är ansluten till förmedlarens förmåga att kunna prioritera säkerheten (Chen et al., 2014). Detta inkluderar till exempel säkra bedrägeriförsäkringar. Säkerhet och skydd är två beståndsdelar som förmedlarna förväntas överse och kontrollera, men utöver de önskar utlånanen bistånd med åtgärder som kan förbättra och simplificera utlåningprocessen. Tidigare erfarenheter visar också på att utlånanen som använt en viss förmedlare tidigare känner större tilltro till att den kan utföra en bra tjänst.

Sedan undersökte Chen et al. (2014) och satte modellen till test på ett av Kinas största och etablerade online plattformar för peer-to-peer utlåning. Testet visade att tilliten till låntagaren spelar en betydande roll för att öka utlånanens vilja att göra sitt arbete. Detta indikerar att tillit till låntagare är mer verksam än om man riktar tillit mot förmedlaren/förmedlingstjänsten om man vill öka motivationen att låna.

Vidare menar Chen et al. (2014) också att förmå med information till utlånanen inger en mycket större tillit än om man har god social relation till dem. Detta faktum betonas ännu mer då

recensioner av förmedlingstjänster online saknas och förmågan att göra en bedömning av dem inte kan förses. Chen et al. (2014) skriver i sin artikel också att förmedlingsföretag som förser tjänster till utlånanaren på riskfritt sätt gör att utlånanarens tillit till förmedlingstjänster ökar allmänt. Dess fakta som Chen et al. (2014) har skrivit i sin artikel om låntagare och förmedlare samt de fyra specifika tillitsområdena gäller för organisationer inom delningsekonomin och innefattar Airbnb som skall undersökas i denna studie.

3 Metod

Detta avsnitt börjar med att introducera förarbetet som består av forskningsstrategi, urval, semistrukturerade telefonintervjuer samt förberedelse och utformning av frågor. Vidare presenteras läsaren för genomförandet av intervjuerna och slutligen efterarbetet, som består av kodning, hur hänsyn tagits till etiska riktlinjer och analys av studiens trovärdighet.

3.1 Forskningsstrategi

Studien baserades på en kvalitativ forskningsmetod som bestod av semistrukturerade telefonintervjuer. Delningsekonomi kombinerat med tillit är ett komplex ämne som kräver primärdata för att förstå. Intervjuer är bra för att författare söker förståelse, argument och djup i studien. Tillit som undersöks är svårt att definiera och kräver att respondenten fritt får förklara sina tankar, åsikter och argument. Därför kommer intervjuer tillämpas (Bryman & Bell 2017).

Med hjälp av intervjuer ville författarna undersöka Airbnbs användares samt värdars upplevelse av tillit gentemot varandra. En kvantitativ undersökning är därför inte den mest optimala, med tanke på att resultatet speglas i form av siffror och statistik vilket författarna inte är ute efter. Författarna vill istället ta reda på svar kring “varför” och “hur” vilket en kvalitativ studie kan uppfylla. Som i sin tur skapar en tydlig förståelse om ämnet, där författarna kan läsa av relationen mellan situationer (Seymour, 1992).

Fördelen med intervjuer är att det finns en möjlighet för att minska bortfall i form av oklarheter, då författarna kan förklara och utveckla frågorna ifall respondenten känner förvirring, osäkerhet eller dylikt. Problemet med intervjuer är att det är svårt att få tag på respondenter för att intervjuer är tidskrävande vilket kräver att respondenterna tar sin tid för att delta. Intervjuer är dessutom svåra att replikera, vilket gör att författarna får förlita sig på resultatet första gången de utför intervjun. Men inspelningar underlättar replikerbarheten. Förutom tidsaspekten finns det andra problem som att sammanställningen av intervjun är svår i och med att det inte är siffror utan tolkningar. Det kan i sin tur leda till att författarna tolkar respondenten fel och resultatet av sammanställningen blir därav felaktig. Men trots dessa nackdelar är intervjuer det bästa alternativet för det ändamål studien har (Bryman & Bell 2017).

3.2 Urval

Studien utfördes enligt ett bekvämlighetsurval och är därför ett icke-sannolikhetsurval. Det betyder att intressenterna inte valdes enligt en slumpmässig urvalsmetod (Bryman & Bell 2017). Urvalet består av både Airbnb värdar och användare i Sverige. Antalet värdar registrerade på Airbnb är 2,9 miljoner. Eftersom det är många som dessutom är spridda över hela världen, gör det svårt att göra ett sannolikhetsurval. Siffran är oväsentlig i vilket fall som helst då författarna inte är ute efter kvantitet utan kvalitet.

3.3 Semistrukturerade telefonintervjuer

Studien bestod av 12 semistrukturerade telefonintervjuer. Semi-strukturerade intervjuer består av frågor som används som en mall eller snarare guide under intervjun. Det behöver inte vara fullständigt utformade frågor. Istället kan man skriva ner ämnen eller teman som man vill beröra och djupare gå in på. Det finns en struktur i frågornas ordning men under intervjun finns det möjlighet att ställa följdfrågor samt ändra på ordningen av frågorna (Bryman & Bell, 2017). Författarna valde att tillämpa denna typ av struktur för att de ville att intervjun ska ha en naturlig atmosfär där respondenterna fritt kan formulera sig utifrån frågan eller temat, det i sin tur kan bidra till nya vinklar och aspekter som inte hade hittats om man valt strukturerade intervjuer som begränsar den möjligheten.

Vidare valde författarna att utföra telefonintervjuer istället för fysiska intervjuer. Skälet bakom det beslutet var att underlätta och göra det bekvämt för respondenterna. Fördelen med telefonintervjuer är just det att det underlättar för båda parter. Förutom det tidsmässiga och eventuellt det ekonomiska för resor eller dylikt, så är det att man kan nå respondenterna från andra städer, länder, kontinenter mm. Dessutom ges möjligheten att känna sig privat och ger intrycket av ett bra och förtroendefullt samtal (Sturges & Hanrahan, 2011 se Hallin & Helin, 2018 s.63). För författarna var det ett utmärkt val då de ville få svar från människor runt om i Sverige.

3.4 Förberedelser och utformning av frågor

Fjorton stycken frågor utformades som sedan användes som en intervjuguide. Eftersom författarna undersökte två olika perspektiv, var det olika frågor för användare respektive värdar. Men sju frågor var riktade till användarna och vice versa för värdarna. En del frågor var dock identiska för båda, men under intervjuerna ställdes följdfrågor. Efter att frågorna var

formulerade, kontaktades Airbnb värdar och användare via Airbnb appen. Författarna skapade varsitt konto i appen och skrev till värdar som lagt upp sitt boende på Airbnb. Vårdarna var slumpmässiga då författarna inte valde ut någon specifik profil med hänsyn till omdömen, bild, ålder, erfarenhet etc. För att få kontakt med vårdarna behövde författarna presentera sig som att de ville boka vårdarnas boende och fylla i datum de ville boka. Därefter kunde vårdarna kontaktas. Författarna hade tillsammans utformat ett meddelande som de skickade till ett tjugotal värdar och användare. I meddelandet presenterade de sina namn, uppsatsens ämne och om de ville ställa upp på en intervju eller inte. En del sade nej men några gick med på det. De som sa ja till att medverka fick själva bestämma tid så att det skulle passa dem. Därefter bokades telefonmöten in efter deras önskemål.

3.5 Genomförande

Fyra stycken värdar intervjuades med intervjuguiden som underlag. Intervjuerna transkriberades och granskades igenom. Författarna kom fram till att intervjuerna inte gav den djup som de hade förväntat sig men valde att behålla dem till det empiriska metodvalet, eftersom att de var innehållsrika vid vissa aspekter. Författarna bestämde sig för att arbeta med att operationalisera frågorna samt att ha fler frågor än bara sju för respektive intervju och därmed öka intervju längden för att få ett bredare underlag. Den gamla intervjuguiden omformulerades och nya frågor tillades. Efter operationaliseringen blev det totalt tolv frågor till vårdarna samt femton frågor till användarna.

Den nya intervjuguiden användes senare till de nya intervjuerna som lade grunden för studien och på samma sätt som tidigare kontaktades nya värdar och användare, skillnaden var att författarna kontaktade ett fyrtiotal värdar och användare då många tackade nej. Eftersom att fyra intervjuer med värdar redan var gjorda, behövdes ytterligare åtta intervjuer. När två värdar och sex användare ville ställa upp, bestämdes en dag och tid för respektive intervju. Totalt blev det tolv intervjuer med både den gamla och nya intervjuguiden.

Innan intervjuerna utfördes gjordes förberedelser inför intervjuerna. I böcker om intervjuteknik hittades tips om hur man ska förbereda, formulera frågor, genomföra och bearbeta intervjuer samt hur en intervjuare skall uppföra sig. I Annika Lantz bok (Lantz, 2013) om intervjumetodik skriver hon att man ska presentera sig själv och ämnet så att respondenterna förstår vad ämnet handlar om för att sedan rikta hen åt rätt riktning i intervjun. Frågorna skall börja med inledande

frågor, det kan vara tex. frågor om ålder, yrke etc. för att få en avslappnad miljö (Lantz, 2013). Intervjuareffekt kan uppstå, vilket innebär att respondenterna svar påverkas av intervjuaren. Det kan dock vara faktorer som inte går att påverka som tex. intervjuarens kön och etniska bakgrund (Bryman & Bell 2017). Författarna tog till sig tipsen och höll en objektiv roll och styrde samtalen genom intervjuguiden, men gav utrymme för respondenten att utveckla och presentera sina tankar.

Längden på intervjuerna redovisas nedan, både för användare och värdar.

Användare 1	67 min
Användare 2	47 min
Användare 3	58 min
Användare 4	72 min
Användare 5	68 min
Användare 6	54 min

Värd A	26 min
Värd B	29 min
Värd C	50min
Värd D	43min
Värd E	79 min
Värd F	73 min

3.6 Kodning

När samtliga intervjuer var utförda sammanställdes och kodades de. Intervjuerna transkriberades och skrevs ut. Varje fråga separerades från varandra för att lätt hitta fråga och svar för respektive intervju. Därefter skapades teman som intervjuerna berörde. Temana som

valdes var teman som varje intervju hade behandlat, temat var med andra ord en central del i alla tolv intervjuer. Eftersom två olika perspektiv studerades, skilde även en del teman åt. För användarna togs tre teman upp, feedbacksystem, profil och kommunikation. Varje tema fick en färg. Feedbacksystem markerades med en rosa penna, kommunikation med en grön penna och profil med en gul penna. Kommunikation och feedbacksystem var två teman som var centrala även för värdarna, därför markerades respektive innehåll i intervjuerna med grön och rosa penna som för användarna. Erfarenhet var ett ämne som flitigt togs upp i intervjuerna med värdarna. En korrelation fanns mellan erfarenhet och tillitsskapandet och därför framfördes erfarenheter i början på empiri avsnittet, dock inte som ett eget tema utan mer som en bakgrundsbeskrivning. Vid sammanställningen av intervjuerna radades varje tema upp för att sedan kolla på färgmarkeringen för respektive tema. En tolkning och en sammanfattning gjordes sedan för varje tema utifrån samtliga intervjuer som presenteras i empiridelen.

3.7 Etiska riktlinjer

En annan faktor som författarna tog hänsyn till var etiska riktlinjer som måste följas för att ingen respondent ska känna sig utsatt eller komma till skada. Författarnas uppförande och innehåll av intervjun är upplagt efter dessa riktlinjer. Riktlinjerna kan sammanfattas i fyra krav som är följande (Hallin et al., 2018):

- Informationskravet: Kravet innebär att respondenter meddelas och är medveten om studiens syfte. Författarna började inledningsvis med samtliga intervjuer att presentera studien och dess syfte.
- Samtyckeskravet: Respondenterna måste ha gått med på att bli studerade med vetskap om studiens syfte. Med hänsyn till detta krav, har författarna redan från början skickat ut meddelandet, skrivit syftet med studien och frågat om de vill vara med. Det har alltså varit frivilligt att delta och medverkan hade kunnat avbrytas om så önskades.
- Konfidentialitetskravet: Det innebär att respondenterna informeras om att all data de samlat in inte får spridas vidare samt att de är anonyma. I studien kan de tex. få andra namn, andra bostadsorter osv. Med hänsyn till detta krav, hålls respondenterna helt anonyma i studien. Det informerades respondenterna om i samband med presentationen om studiens innehåll i början på alla intervjuer.

- Nyttjandekravet: Att all information man samlat används till det som man ämnat att använda det till. Har man sagt att det skall användas till en specifik studie då får man endast använda det till den. Författarna kommer med denna vetskap inte att använda den samlade datan till något annat än vad som informerats till respondenterna.

3.8 Trovärdighet

Studien har granskats med hjälp av termer som överförbarhet, tillförlitlighet samt pålitlighet.

Nedan redovisas hur författarna har granskat dessa begrepp i studien.

- Överförbarhet innebär huruvida man kan generalisera resultat, det är motsvarigheten till extern validitet (Bryman & Bell 2017). Det faktum att Airbnb är en stor organisation med många användare och värdar, gör det svårt att generalisera resultatet utifrån endast tolv intervjuer. Det betyder att överförbarheten i studien är låg men å andra sidan är inte författarnas syfte att generalisera resultatet utan att skapa förståelse utifrån de svar de samlat in och kunna dra slutsater inom urvalet.
- Tillförlitligheten, den interna validiteten i studien är hög eftersom man finner samband och korrelation mellan intervjuerna samt det som står i tidigare forskning (Bryman & Bell 2017). Med hjälp av intervjuguiden har frågor utformats med syfte på att underlätta förståelsen att det som ämnats att undersöka. Pålitligheten, reliabilitet kan tydas som hur pålitlig eller stabil studien är (Bryman & Bell 2017). Eftersom att metoden är utförligt beskriven, gör det att studien kan genomföras på nytt och resultatet kan bli det samma i en annan studie vilket ökar på pålitligheten i denna studie.

4 Resultat

Resultatet består av en sammanställning av tolv respondenter som medverkat i studiens intervjuer. Eftersom två perspektiv undersöks kommer resultatet att presenteras separat för att underlätta för läsaren, detta för att de på ett enkelt och smidigt sätt ska kunna följa parternas synvinklar. Först presenteras användarnas resultat och slutligen värdarnas. Detta avsnitt ämnar besvara studiens problemformulering, syfte och frågeställning.

Resultat användare

Användarnas empiriska material berör hur tillit till värden skapas. Efter genomförda intervjuer har temana feedbacksystem, profil och kommunikation visats vara respondenternas sätt att arbeta med tillit gentemot värdar. I följande del kommer dessa tre olika teman att redovisas enskilt.

4.1 Tema 1- Feedbacksystem

Majoriteten av respondenterna poängterade under intervjun att de genom feedbacksystemet skapar tillit till värden som består av recensioner/omdömen som tidigare användare lämnat. Respondenterna berättar att feedbacksystemet är ett av flera faktorer som gör att man kan forma en uppfattning av värden. De menar att tidigare användare tar med information i recensionerna/omdömen som man oftast inte tänker på men som i efterhand varit insiktsfullt. En av respondenterna sa att:

Recensioner/omdömen har spelat en betydande roll vid val av värd. Detta för att ide om att bo hos en främling är skrämmande. Den informationen som man känner till om värden dämpar oron en aning i början.

En annan respondent sa att om det inte vore för feedbacksystemet hade hen inte hyrt via Airbnb. Systemet ger en tydlig och detaljerad bild av värden som gör att man kan börja på skapandet av tillit till värden. De recensioner/omdömen som finns uppe på Airbnbs hemsida känns som en sluten plattform där man kan läsa omdömen/kommentarer om värdar och som i sin tur gör att det känns mer trovärdigt.

Å andra sidan menar användarna att även om man använder sig av feedbacksystemet för att skapa tillit till värden är man samtidigt tvungen att följa ens egna magkänsla som enligt respondenterna oftast varit rätt. Vidare berättar respondenterna att det berott på att de endast väljer värdar med bra omdömen och recensioner som beskriver värden i termer som enligt användarna ger en rättvis och tydlig uppfattning.

Att tillit är ett krav för att känna sig tillräckligt trygg var en faktor som alla respondenter enades om. Men inte nog med det betonade användarna att tillit är ett samspel mellan två individer som arbetar mot att forma tillit mellan varandra. Det respondenterna ville komma fram till var att en ömsesidig tillit är någonting som båda parterna eftersträvar för att bibehålla tilliten.

Ömsesidig tillit är en förutsättning för att feedbacksystemet ska vara gynnsamt för både användaren och värden. Då det är med hjälp av tidigare recensioner, profil och kommunikation som tillit till värden baseras på, uttrycker en av användarna.

Som tidigare nämnts i ovanstående stycken anser majoriteten av respondenterna att feedbacksystemet varit en stor del av tillits skapandet. De menar att skapa tillit till en främling i sig är en komplexitet men som recensioner/omdömen förenklat. I den meningen att informationen man läser om värden bidrar till en uppfattning som sedan minskar eventuella risker och osäkerheter. Dessa synpunkter står majoriteten för men en respondent utmärkte sig från resterande användarna. Respondenten menade att recensionerna/omdömen skapar förväntningar som man räknar med att spegla i verkligheten. Men användaren och hans vänners förväntningar utspelas inte som de hoppades på. Användaren betonade att trots att de utgick ifrån recensionerna/omdömen vid val av Airbnb värd, stämde inget av det med verkligheten.

Fortsättningsvis berättar respondenten att hen planerade en studentresa med en grupp vänner till Barcelona. De var alla eniga om att Airbnb var ett självklart val prismässigt. Alla i gruppen hade olika ansvarsområden inför resan och en av vännerna skulle ordna boende. Vännen var det enda i gruppen som var i kontakt med värden. Konversationen startade på Airbnbs chattforum men däremot fortsatte konversationen över mail, vilket värden föreslog och som vännen gick med på.

De mailade fram och tillbaka mellan varandra och sedan var bokningen bekräftad. Kompisen som ordnade boende berättar för de resterande vännerna i gruppen att Airbnb lägenheten i

Barcelona nu är bokad. Därefter berättar hen även att hyra lägenheten för en vecka kommer att hamna på 10.000kr och att pengarna ska överföras till värdens bankkonto. Efter transaktionen mailar värden tillbaka och bekräftar bokningen ytterligare en gång och informerar om incheckningstiden, samt adressen.

Ungefär 48 timmar innan avgång till Barcelona har värden fortfarande inte informerat om en mötesplats för att lämna över nycklarna. De försöker komma i kontakt med värden men får inget svar tillbaka. Vid den tidpunkten valde de att kontakta Airbnb och meddelar om hela händelseförloppet. Airbnb ställde massa kontrollfrågor om vem som var i kontakt med värden och hur/var konversationen ägt rum. Mot slutet av samtalet med Airbnb berättar de att värden är en bedragare som de länge har försökt komma i kontakt med men inte lyckats. Bilderna som värden laddat upp på sin sida hade hen ingen rätt till utan bilderna tillhörde en annan värd. Airbnb sa att det inte finns någonting de kan göra för att lösa problemet och att en återbetalning är omöjlig, dels för att samtalet med värden skedde utanför deras plattform men också för att pengarna fördes över till värdens konto.

Men vidare förklarar respondenten att de fortfarande vill resa till Barcelona och började därför att söka efter hotell men på grund av högsäsongen var alla hotellen fullbokade. Sedan var det även försent av avboka flygbiljetterna 48 timmar innan avgång och de var därför tvungna att ställa in hela resan. Användaren berättar att:

Denna incident har gjort att jag längre inte kan tänka mig boka via Airbnb någon mer gång. Då oron att det upprepas är något som inte kommer lämna mina tankar. Kommer av den anledningen aldrig kunna lita på liknande tjänster.

Sammanfattningsvis med hänsyn till användarnas svar framgår det att en klar minoritet av användarna ansåg att feedbacksystemet inte är ett bra sätt att skapa tillit på. Men däremot arbetar majoriteten av respondenterna med feedbacksystemet för att skapa tillit till värden. Bedömningssystemet förser med information som användarna sedan kan basera sin tillit på och som sedan bidragit till deras positiva erfarenhet av feedbacksystemet.

4.2 Tema 2- Profil

Studiens respondenter upprepade att en titt på profilens profilbild och bilder på boendet räcker för att få ett intryck av värden. Användarna menar att det är med en kombination av ovanstående

faktorer och feedbacksystemet som de grundar sin tillit till värden på. Vidare berättar majoriteten av respondenterna att bilderna som värden publicerat under hens profil stämt överens med verkligheten och att värdarna levt upp till förväntningarna.

En gemensam nämnare som alla användarna hade var att bilder enligt dem “en bild säger mer än tusen ord”. De menar att profil är ett verktyg som värdarna har i sitt förfogande, att rusta upp med profilbilder och bilder på boendet. Vårdens profil är ett sätt för användarna att bekanta sig med värden innan de fullföljer med bokning. Respondenterna betonar att en genomtänkt profil resulterar i att värden framställs vara pålitlig. Majoriteten av användarna menade att när värden publicerar t.ex. en profilbild tillsammans med sin familj gör att det i användarens ögon förmedlar känslor som trygghet, samhörighet som gör en benägen till att skapa tillit till värden. En av respondenterna sa att:

Det första som fångar mina ögon är profilbilder där mindre detaljer som människor inte direkt hakar sig upp på enligt mig är avgörande. Bara om värden använder sig av bilder av god kvalitet, ler i sina bilder och är mån om bakgrundsfärgen som hen väljer gör att man inte distraheras.

Studiens respondenter lyfte fram “första intrycket” genom hela intervjun. Där flertal respondenterna påstod att den första intrycket man får av värden utifrån profilbilden är essentiell vid val av boende. Men respondenterna hävdar att med hänsyn till sättet som värden inreder boendet på kan man skapa ett intryck. Om användarna får ett dåligt intryck minimerar det värdens chanser att få sitt boende bokad, menar respondenterna.

En av respondenterna berättar dock att hen tog förgivet att informationen under värdens profil stämde då hens vänner endast hade pratat gott om Airbnb värdar. Men under intervjun berättar respondenten om den planerade resan till New York som ägde rum för ungefär 5 månader sedan. Användaren berättar att hen ett par dagar innan resan upptäckte att information om lägenheten inte stämde överens med det som stod under värdens profil. Respondenten valde att kontakta värden för att verifiera adressen men hen fick inget svar. Trots det valde hen att åka till New York med hopp om att värden mailar tillbaka. Vidare berättar användaren:

Värden svarade några timmar innan incheckningstiden och den här gången med rätt adress. När jag väl kom fram till lägenheten var bilderna på värdens profil den raka motsatsen. Lägenheten var ostädat och såg inte ut som på bilderna, en

ren besvikelse med andra ord. Kontaktade värden för att lämna över nycklarna men fick inget svar tillbaka, värden bröt kontakten helt. Därefter mailade jag Airbnb för att kräva en återbetalning. Airbnb ställde sig på värdens sida och vägrade gå med på en återbetalning.

Sammanfattningsvis menar användarna att bilder ger en mer rättvis uppfattning av värde i den meningen att man får en visuell bild av värden och boendet. Samtidigt som bilderna på lägenheten i New York inte mötte respondentens förväntning och värden givit inkorrekt information om boendet, fick respondenten svar när hen väl kom fram till New York. Respondentens upplevelse skilde sig från de övriga respondenterna som lyfte fram de goda aspekter som tilltalade de mest.

4.3 Tema 3- Kommunikation

Respondenterna poängterade att kommunikation är ett grundläggande element i skapandet av tillit gentemot värden. Vidare belyser respondenterna att Airbnb skapat ett chattforum, en plattform där enbart användaren och värden kan kommunicera med varandra. En övervägande del av respondenterna påstår att tilliten i förhållande till värden går hand i hand med trygghet och att det är genom kommunikation som trygghet utvecklas. Inte nog med det lyfter respondenterna fram vikten av "bekantskap" och värdens profil. De menar att informationen som värden valt att dela med sig under hens profil kan vara ytliga som därav kan orsaka missuppfattningar om frågor inte ställs. Chattforumet är därav en avgörande faktor för att förebygga eventuella olikheter mellan användaren och värden vid kommunikationsfel menar respondenterna.

Majoriteten av respondenter hävdar att informationen och sättet att uttrycka sig på under profilen är viktig. Det kan vara allt ifrån stavning, ordval och information som ger ett intryck av värden. Fortsättningsvis förklarar respondenterna att, om konversationen skedde fysiskt kunde användare basera deras tryggheten på mycket annat än bara på ordvalet som i deras situation står i centrum. Exempelvis berättar en av respondenterna att kroppsspråk, tonläge samt ansiktsuttryck kan spegla en mer klar och tydlig bild av värden, men också bedöma ifall information under värdens profil stämmer överens med verkligheten. Vidare ansåg respondenterna att följdfrågor är nödvändigt i samspel med att komma tillrätta med oklarheter. För att när kommunikationen sker över internet kan budskapet tolkas olika och det kan leda till otydligheter mellan parterna, menar respondenterna.

Utöver chattforumet nämner respondenterna om Airbnb- kundtjänsten och hur de kan påverka deras tillit till värden vid tvister. De utesluter inte att belysa vikten av kundtjänstens roll i potentiella tvister mellan användaren och värden. Respondenterna undviker inte heller att uttrycka sig om kommunikationsbrister och tendenserna att misstolka värden då dialogen endast sker i skrift, samt att dessa brister kan vara en anledning till att tvister förekommer. Men respondenterna menar att kundtjänstens tillgänglighet gör att de kan förlita sig på att Airbnb finns där för att reda ut problem. Användarna menar att den tryggheten gett upphov till tillit gentemot värden.

Summeringsvis menar användarna att kommunikation är en nödvändig komponent för att skapa tillit till värden. Informationen de har kunskap om, upplever användarna vara yttlig men att chattforumet är en plats där värdar och användare kommunicerar med varandra för att utveckla den ytliga informationen, samt ställa frågor till värden för att reducera otydligheter samt skapa en uppfattning.

Resultat värdar

Intervjuerna för värdarna handlade om hur tillit skapas till användarna. Respondenterna nämnde feedbacksystem och kommunikation som diverse sätt för att skapa tillit. Nedan kommer de presenteras som två separata teman då de är fak. Men innan teman redovisas kommer en bakgrundsinformation av värdarnas erfarenheter presenteras eftersom att de framtagna teman baseras på erfarenheterna.

4.4 Erfarenhet

Erfarenhet var ett begrepp som upprepades flitigt genom samtliga intervjuer. Respondenterna delade med sig av sina erfarenheter och menade på att det har lagt en grund för hur det skapar tillit till användarna idag. De flesta började med Airbnb efter att någon i deras närhet introducerat de till de och därefter har blivit värdar. Gemensamt för de alla var att det i början var skrämmande då de inte hade tidigare erfarenheter. Med tiden lärde de sig att hantera sin rädsla men fortfarande finns den kvar för majoriteten. Under intervjun delade de med sig av händelser som hade skett under deras tid som Airbnb värd. Händelserna har påverkat deras syn på tillit förutom för två av värdarna. Ena värden är rätt ny och har inga dåliga erfarenheter alls.

Den andra värden har samma syn på tillit gentemot användarna som i början av värdskapet. Den värden har råkat ut för två incidenter. Ena incidenten var att användare blodat ner underlakan efter sig i samband med samlag. Värden tyckte att det var jobbigt då det upprepat sig ett par gånger och handlar om femhundra kronor och mer varje gång. Det är en kostnad som värden tycker att användaren borde stå för men framförallt borde användaren berätta om incidenten. Användarna smutsar ner och går sin väg utan att berätta om vad som hänt och det upplever värden som brist på respekt.

Den andra incidenten var när ett par från Nederländerna stängde av elementen för att vara snälla och spara på värdens elkostnad. Problemet var att det var minus 20 grader kallt ute vilket resulterade i att rören med vatten fryste sönder, och värden fick betala mycket för att åtgärda det. Airbnb gav inget stöd finansiellt då de menade att det inte står i värdens profil att man inte får stänga av elementen i hela huset. Besviken och arg svarade värden:

Då menade de på att det inte stod att man inte fick stänga av elementen. Men jag menar, nej men det står ingenstans heller att man inte ska hålla ansiktet mot spisplattan. Alltså man gör ju bara inte det, det fattar man väl själv.

Av 350 bokningar har det bara hänt en gång men värden menar att man får räkna med sådant när man jobbar med främmande människor, det är inget som påverkar värdens tillit idag. De resterande värdarna hade också dåliga incidenter som de delade med sig av men deras fokus låg mest på dåliga erfarenheter till Airbnb som organisation och inte till användarna. De upplevde att Airbnb var snabba på att svara men att användarna fick mer stöd än värdarna. En av värdarna sa:

När det blir problem i bokningen eller vem som har rätt mellan mig och en gäst. Så brukar man alltid kolla med Airbnb och så finns det alltid någon som sitter någonstans i England och försöker medla mellan en gäst och hyresvärd. Jag känner ibland att de är jätteduktiga, de svarar snabbt och ringer men de visar aldrig hänsyn lika mycket som till en gäst. Det är egentligen där som jag upplever tillits brister gentemot Airbnb och inte gäster.

En annan värd hamnade i en tvist med ett par hyresgäster och Airbnb. De var ett par som hade bokat ett boende på både landet och stan. När det väl kom till stan så kände de inte sig pigga

nog för att ta sig till landet. Värden bad de avboka i tid men istället gjorde det i sista minuten. Värden kontaktade Airbnb för att ändå få sin betalning men fick inget stöd trots bevismaterial på mejlen vilket resulterade i att värden kände en missbelåtenhet.

Förutom att de kände sig orättvist behandlade av Airbnb som tog användarnas sida så tyckte de att det var jobbigt att behöva upprepa sig hela tiden när de kom i kontakt med Airbnbs kundtjänst. De pratade med olika telefonister och var tvungna att ständigt upprepa samma situation till varje telefonist. Att servicen finns dygnet runt är väldigt uppskattat men just upprepanget är störigt menade de. De lämnade ett förslag och menade att en databas eller journal hade varit det ultimata.

Det jag skulle säga är att det skulle vara bra om Airbnb hade en databas på mig, en journal för varje hyresvärd där man enkelt kan se mina problem och komma med lösningar. För att inte alltid börja på noll. Behöver varje gång hävda mig. Jag är värd i åtta månader... om de hade en viss information om mig då skulle vi ha ett mer effektivt samtal, uttryckte en av värdarna.

Trots dessa dåliga incidenter är alla eniga om att man får räkna med sådant då man väljer att fortsätta med det och är medveten om att risken att liknande uppstår är hög. Tidigare erfarenheter hade stor påverkan på värdarnas syn på tillit till både Airbnb som organisation och användarna. Bortsett från två av värdarna där ena inte upplevt något dåligt och den andra valt att ha en subjektiv inställning gentemot användare. Summeringsvis har tidigare erfarenheter inte varit så stora att det påverkar helhetsbedömningen utan de menar att man får räkna med att saker går snett ibland men att det definitivt gjort att det är mer aktsamma och försöker följa upp varje incident för att förebygga att det händer en till gång. Hur de skapar tillit baserat på dessa erfarenheter kommer längre ner vid temat feedbacksystem, och kommunikation.

4.5 Tema 1 - Feedbacksystem

Feedbacksystem var ett av sätten för värdar att skapa tillit på. En klar majoritet av värdarna använder sig av omdömen och recensioner för att försöka bilda en uppfattning om användarna. Vårdarna är medvetna om att det är en risk att ta emot främmande individer hem till en. De har dock olika uppfattningar om tillit och hur dem skapar det. De flesta tittar på kommentarer som tidigare värdar lämnat och utifrån det tar de ett beslut om de vill hyra ut boendet eller inte. För värdarna är tillit när man känner att man kan släppa in främmande personer i sitt hem, skulle de inte lita på personen så skulle de avböja förfrågan på boendet. Vidare säger värden att:

Magkänslan avgör om spärren är öppen eller stängd, säger en av värdarna.

Värden som hade råkat ut för två incidenter har en negativ inställning till feedbacksystemet och använder inte det överhuvudtaget. Hen tycker att det är helt onödigt då inte ens hotell gör det. Värden vill skapa sin egna uppfattning om personerna när de väl anländer. Hen kollar därför inte på användarens profil men för att hindra att dåliga incidenter upprepar sig, har värden ställt fram rengöringsartiklar ifall det skulle komma blod på lakan eller dylikt. Värden beskriver att tilliten till människor försämrats sedan incidenterna men väljer att fortsätta med sin blanka inställning utan att döma någon på förhand.

Tilliten har väl naggats lite i kanten. Jag vet att egentligen borde jag kolla huset bättre när folk drar, men jag orkar inte alltid göra det. Jag väljer att lita på att det ser okej ut, säger värden.

Alla värdar förutom värden ovan grundar sin tillit gentemot gästen baserat på den uppfattning de får. De bildar en uppfattning genom recensioner och omdömen. Att snabbt svara på frågor och försöka tillfredsställa gästens behov är en del som bidrar till bra feedbacksystemet sa värdarna. Det kan vara genom att de önskar att det finns köksredskap på plats, rena handdukar eller att de får träda in i boenden tidigare än vad värden skrivit i reglerna. En av värdarna som inte hade jättedålig erfarenhet av Airbnb uttryckte att hen kan känna att det systemet sätter press och gör att de får göra mer än vad som är avtalat. Vidare menar värden att de hyr ut boenden och att de inte är hotellägare. De ska inte förvänta sig rena handdukar, schampo, engångsartiklar men ställer fram det dem önskar ändå. Anledningen är att värden kämpar för att få bra omdömen och recensioner som ska ge upphov till nya gäster. Oavsett om feedbacksystemet är essentiell för att skapa tillit, menade de att det är tidskrävande att vara värd. Om det inte lägger ner tid och kraft, får de dåliga omdömen vilket kan resultera i att användare väljer att inte hyra av den värden, då de kanske inte kommer kunna lita på att de får det som lovas.

Alla uttryckte att uppkopplingen var jobbig, för att bibehålla och få bra recensioner kände de ett behov av att ständigt vara uppkopplade oavsett tid på dygnet. Värdarna har mobilen nära till hands ifall en eventuell användare vill fråga något, men de får acceptera läget då de gör det för sin egna skull och tjänar på det i längden sa de. En av värdarna spenderar i genomsnitt tio timmar i veckan på att svara på meddelanden, städa, hjälpa användare med att komma till ön osv. Det är alltså mer än att bara svara på meddelanden. Det är både för- och efterarbete.

Skulle jag inte städa efter en gäst och lämna över det till en annan så skulle jag knappast få bra omdöme för renligheten. Det gäller att jobba för sin egen skull. All tid jag lägger ner kommer jag att få tillbaka i form av bra recensioner som i sin tur bidrar till ökad efterfrågan på min lägenhet, sa en av värdarna.

Tiden man lägger ner påverkar alltså omdömet som i sin tur påverkar tilliten. Därför jobbar värdarna hela tiden oavsett tid på dygnet för att kunna upprätthålla sina omdömen och recensioner. Värdarna berättade att tillit till användarna var i anslutning till feedbacksystemet som satte en bra grund till tillit. De menade att det är ett rättvist och ömsesidigt system som bygger tillit mellan bägge parter, ömsesidigt i den mening att man kan läsa omdömen som värden skrivit på gästen och vice versa.

Man kan avsluta med att konstatera att ingen av värdarna känner mycket tillit till användarna men försöker bilda sig en uppfattning med hjälp av feedbacksystemet. Syftet är att tjäna pengar och för att uppfylla syftet tvingas de ge med sig rädslan och gå på känsla ifall det är värt att riskera att släppa in främlingen. Systemet är ett sätt samla information som gör att värdarna kan få en bild av användaren som i sin tur hjälper värdarna att motarbeta rädslan. Detta system är det mest övervägande i beslutet om att lita på användaren, men också det mest tidskrävande att upprätthålla.

4.6 Tema 2 - Kommunikation

För att skapa tillit arbetade majoriteten av värdarna med kommunikation. De menade på att tillit byggs upp och bästa sätt att bygga upp det på är att ställa frågor och försöka lära känna användaren. Svårigheter som upplevdes var att tiden var för begränsad för att verkligen lära känna personen. Oftast handlar konversationerna om vad användaren kan förvänta sig finnas i boendet, hur utbytet av nycklar går till, om det finns köksredskap etc.

För två av värdarna räcker inte det, de vill även ställa frågor som hur sällskapet ser ut och syftet med uthyrningen. När ena författaren ställde frågan: "Är det på så sätt som du arbetar med tillit? Att du öppnar kommunikationen samt låter de ställa dig fler frågor" svarade en av värdarna:

Aa men precis med en kort konversation kan man få en bild av människan. Ehhh bara om engelskan är bra eller inte, kanske inte det ger något egentligen men man ser ändå sättet den skriver på, bara till exempel hur den stavar. Sen

beror det lite på hur man är med språk, vissa är ju bättre på språk. Men man får en känsla rätt snabbt skulle jag nog säga. När man ändå håller på med det i några månader så greppar man fort. Ju mer vi har en konversation desto mer litar jag på gästen.

Värdarna menade att bron till tillit byggdes bland annat genom att de i ett tidigt skede uppmuntrade hyresgästerna att ställa frågor. En värd sa:

Jag ser gärna till att de känner sig bekväma nog att fråga om allt. Ibland ger jag information som de inte frågat om ens en gång. Det är egentligen ett sätt för mig att visa att jag är villig att hjälpa. Det är bara kul för att det märks att det uppskattas. Jag märker genast att de börjar fråga mer och även jag kan ställa frågor utan att känna mig dum. Jag vill alltid ge det lilla extra och det har lönat sig. Jag menar jag är ju superhost.

Egentligen kände ingen av värdarna att man hinner skapa tillit på så kort tid, en del av värdarna träffade inte gästen överhuvudtaget och hade endast kontakt digitalt eller över telefon.

Men om man vill att ens business ska fortlöpa får man skapa sin egna tillit och gå på magkänsla. Men jag skulle absolut inte påstå att jag har tillit till alla som hyrt av mig. Men ju mer du pratar med någon och skapar din egna uppfattning så känner du iallafall en början på ett förtroende. Det är lite som att du går till mataffären du vanligtvis handlar hos och kassörskan som brukar blippa dina varor säger att hon behöver hyra ett rum i ett par dagar. Visst skulle det finnas en större chans att du hyrde ett extra rum i din bostad till henne än om någon kom fram och frågade från ingenstans?

Med den informationen de samlat på sig försöker värdarna finna någon slags tillit, men återigen känner ingen av värdarna att de har tillit till användarna bara av att läsa omdömen/recensioner eller ställa frågor. Därför känner de ett behov att ställa ytterligare frågor i chattforumet om bland annat deras syfte med resan/vistelsen. Detta är steg två i tillit processen då majoriteten först kollar på användarens omdömen och recensioner men sedan genom kommunikation försöker bilda sin egna uppfattning och bestämma ifall de vill hyra ut eller inte, de menar att det är ett steg närmare tillit trots att tilliten är begränsad.

5 Analys och diskussion

Kapitlet nedan avser att presentera evalueringar och paralleller mellan studiens resultat och tidigare forskning om delningsekonomi samt peer-to-peer utlåning. Slutligen analyseras kombinationen av feedbacksystem, profil och kommunikation för att skapa tillit.

5.1 Delningsekonomi

Tidigare forskning om delningsekonomi enligt Botsman och Rogers (2011) handlade om principerna critical mass, idling capacity, belief in the commons samt sista principen lyftes som handlar om bearbetning av förtroende gentemot främlingar. Användarna och värdarna i Airbnb berör dessa begrepp. Både användare och värdar nämnde att de började med Airbnb för att de hade blivit rekommenderade från närstående personer, grannar eller hört talas om det från annat håll. Airbnb är en väletablerad organisation som många känner till och det gör att efterfrågan på boenden växer ju fler som söker sig till Airbnb. Som tidigare nämnts ansluter sig fjorton tusen nya värdar varje månad vilket bidrar till critical mass (Airbnb u.å.). Varken användarna eller värdarna uttryckte att det fanns brist på boenden eller användare som vill hyra. Man får då anta att utbudet möter efterfrågan.

I andra principen som Botsman och Rogers (2014) nämner står det om idling capacity som är saker som egentligen inte används regelbundet utan endast enstaka gånger som kan hyras ut för att dra såväl ekonomiska som miljömässiga fördelar. Majoriteten av värdarna blev introducerade till Airbnb då personer i deras omgivning märkte att de hade tomma rum, utrymmen, lägenheter etc. Botsman och Rogers (2011) menar då att värdarna drog dess fördelar som idling capacity bidrar med.

Tredje och fjärde principerna som Botsman och Rogers (2011) belyser är att Airbnb är en digital plattform där all kommunikation och bokning sker över internet. Profilerna är offentliga och användarna/värdarna kan utbyta information på plattformen. Värdarna och användarna vänder sig till Airbnb vid tvister eller frågor. Baserat på deras erfarenheter tyckte de att det är skönt att de kan vända sig till Airbnb. Inte alla kände att de fick den hjälp de önskat. Men att den servicen finns tillgänglig ökar på tilliten och ger en känsla av trygghet. Att Airbnb är kontaktbar dygnet runt var väldigt uppskattat av användarna. Den servicen gav intrycket av att Airbnb är mån om sina användare och finns till hands. Skulle användarna inte få det de blivit lovade, skulle de kontakta Airbnb. De menade att tredje parten skapade en säkerhet med deras närvaro.

5.2 Peer-to-peer utlåning

I delningsekonomi avsnittet ovan upplevde användarna trygghet av Airbnbs närvaro, men trots att användarna kände sig säkra med Airbnb som tredje part och medlare mellan parterna, var många missnöjda bland både användare och värdar med den service de erbjöd. Att de var lätt tillgängliga var ett faktum som många poängterade. Men frågan är hur lösningsorienterade de upplevdes att vara. En av respondenterna upplevde inte alls att hen fick stöd från Airbnb vid deras tvist. Institutionsbaserad tillit som chen et al. (2014) skrev om, är i detta sammanhang att Airbnb skapar en tillit mellan parterna med hjälp av garantier, försäkran och bidragande av information. Användare och värdar ska alltså med institutionsbaserad tillit kunna lita på varandra för att hyra eller hyra ut. Problemet är att det inte alltid har funkat i praktiken. Användaren som planerade in en resa med sina vänner hade inte fått någon kompensation av Airbnb trots bevismaterial. Airbnb menade att konversationen mellan de ägde rum utanför deras plattform och kunde därför inte ta ansvar för det. Bedragaren som uppgav sig för att vara värd var känd hos Airbnb sen tidigare och skapade nya profiler. Användaren tyckte att det var konstigt att Airbnb känner till att personen bedrar användare men inte kan hjälpa de utsatta. Man kan argumentera för detta "case" och kanske hålla med användaren om att Airbnb kunde ha hjälpt de med att hitta ett boende. Det står dock på deras hemsida om tillit, och under bedrägeribekämpning står det:

Betala och kommunicera alltid direkt via Airbnbs webbplats eller app. Så länge du stannar på Airbnb under hela processen—från kommunikation till bokning och betalning—skyddas du av vår mångsidiga försvarsstrategi (Airbnb, 2018).

Bedrägeriet skedde utanför Airbnb plattform och då har Airbnb rätt att fransäga sig ansvaret att kompensera. Men även värdar hade upplevt att Airbnb saknade institutionsbaserad tillit då de kände att Airbnb inte stöttade värdar lika mycket som användarna. Airbnb upplevs därför som partiska och tillit till de som organisation var låg hos några av värdarna och användarna. Det är problematiskt då Airbnb som tredje part har till uppgift att skapa säkerhet mellan användare och värdar. Både huurne et al. (2017) och Celata et al. (2014) understryker detta i sina artiklar. Delningsekonomi saknar som sagt lagar och regler som skyddar liknande köp. Airbnb höll fast vid att de har villkor som de följer. Hade det varit hotell som inte tillhör delningsekonomi hade användaren möjligtvis fått sina pengar tillbaka, då det är en näringsidkare och konsument

så skulle konsumentköplagen gälla. Detta är ett praktiskt exempel på skillnaden mellan delningsekonomin och ekonomin utanför delningsekonomin.

Fortsättningsvis berättade användarna att de kände sig mer utsatta än värdarna. Som Chen et al. (2014) skrev i deras artikel om låntagare och utlånare då utlånan befinner sig i en limbo av en kontinuerlig ovisshet och otrygghet, känner användarna på Airbnb samma sak. En av användarna upplevde att osäkerheten var störst hos hen då användaren har mer att förlora i jämförelse med värdar. Som nämnt i resultatdelen vilseleddes en av användarna och som sedan blev hen bedragen på pengar. Det uppstod med andra ord en osäkerhet kring betalningen mellan användaren och värden. Bokningen som sedan visade sig vara en bluff var användarens första och sista bokning på Airbnb. Användarens informationsunderlag om värden var otillräcklig, då användaren förmodligen inte hade valt den värden från början. Vidare menade värden att hen gjorde en felbedömning utifrån feedbacksystemet. Trots att värdarna också upplevde mycket osäkerhet kring tilliten i början av värdskapet, utvecklades den osäkerheten till att de blev mycket tryggare ju längre in i värdskapet de kom. Medans användarna som inte hyr av Airbnb värdar så frekvent och regelbundet, inte hinner utveckla den osäkerhet de känner trots kunskapsbaserad tillit. Mer erfarenhet hade lättat på känslan av osäkerhet, vilket tyder på att erfarenhet är en faktor som spelar roll i tillitsskapandet.

Utöver ovanstående tillitsområden, presenterade Chen et al. (2014) även personlighetsbaserad tillit i deras artikel. Intervjuerna visade att användarna och värdarna skapade tillit mellan varandra med hjälp av feedbacksystemet som Celata et al. (2017) skrev om i sin artikel. Utifrån systemet kan man samla information som i sin tur bidrar till kunskapsbaserad menar Chen et al. (2014). Den enda som egentligen utmärkte sig var värden med en blank inställning som jobbade med personlighetsbaserad tillit då värden hade ställt in sig på att gästens bakgrund inte skall spela roll, då man agerar olika beroende på vart man är. Vidare påstod hen att det uteslöt förutfattade meningar och förväntningar som hen vill slippa. Värden går in med inställningen att hen har tillit till gästen och känner tillit tills motsatsen är bevisad. Det är precis den inställning som Chen et al (2014) beskrev under personlighetsbaserad tillit.

Vidare arbetar användarna och värdar med kognitionsbaserad tillit men inte i samma utsträckning. Dessa parter skapar en kognitionsbaserad tillit genom att de först utifrån profilbilder formar ett intryck som de sedan följer upp med sekundärinformation för att basera uppfattningen på alla inblandade faktorer. De tyder på att med en kognitionsbaserad tillit gör

man först en direkt och sedan en indirekt bedömning. Vårdarna och användarna uttrycker att första intrycket och sekundärinformation spelar en viktig roll för att skapa en ömsesidig tillit. Även Chen et al. (2014) beskriver i kognitionsbaserad tillit att människor som kan identifiera sig med andra har större benägenhet att lita på personen vilket stämmer överens med Botsman och Rogers (2011) påstående om att ju fler personer man känner som har använt sig av liknande tjänster desto större sannolikhet att man själv använder sig av det.

5.3 Kommunikation, feedbacksystem och profil

Avsikten med studien var att kartlägga hur Airbnbs användare och värdar skapar tillit mellan varandra. Både användare och värdar poängterade att feedbacksystemet samt kommunikation var två sätt att skapa tillit på. Användarna poängterade även att profilen var av stor vikt vid tillitsskapandet. Men hur bedömer man tillit utifrån en profilbild, bilder på boende, omdömen, recensioner och en konversation? Alla de faktorerna är uppbyggda på förväntningar som kanske inte speglar personen rätt. En av vårdarna nämnde stavfel och språk som ett sätt att bedöma en användare, men det är bristfälligt då dyslexi tex. inte kan rås för och i så fall skulle användaren speglats fel i vårdens ögon om användaren hade dyslexi. Även vårdarna nämnde profil i intervjuerna, men inte att det var en betydande del i processen, då användarna inte har lika mycket underlag/information i profilen. De tre teman tillsammans är som en "portfölj" som består av insamlad material, som användarna och vårdarna använder för att forma tillit som i sin tur bygger på en helhetsbedömning. Intryck och uppfattning var ord som respondenterna själva använde i samband med förklaringen till tillitsskapandet. Problemet är att intrycket de får är förutfattade meningar. Det är svårt att lära känna en person på nätet utan fysisk kontakt oavsett om man tillämpar de tre sätten. Istället kan man ställa sig frågan om förutfattade meningar verkligen är en rättvis bedömning av personen trots att respondenterna tycker det.

Fortsättningsvis nämnde parterna att tillitsnivåer skiljde sig mellan parterna av olika skäl. Vårdarna upplevde att tiden var ett hinder då tiden de har att skapa tillit till användaren var begränsad, men tillräckligt nog för att känna sig trygg med att hyra ut boendet till användaren. Användarna och vårdarna menade att kommunikation är ett sätt att skapa tillit på trots den begränsade tiden. Ett mönster som upptäcktes var att majoriteten av både användare och vårdar var selektiva i sitt val av värd och användare. Selektiva i den mening att de valde personer med väldigt bra omdömen och recensioner. Detta visar på den effekt och dess betydelse som feedbacksystemet har för att attrahera nya vårdar/användare.

Sammanfattningsvis skapar respondenterna i studien tillit mellan varandra genom att först tillämpa feedbacksystemet som består av omdömen och recensioner. Redan då försöker de bilda en uppfattning om personen, vidare kollar de in på profilen för att tydliggöra uppfattningen de har och få en bildlig bild av personen. Det steget är dock mest använt av användarna. Avslutningsvis avslutar respondenterna med att föra en konversation med personen för att förstärka den uppfattning de fått. Uppfattningen börjar från andras åsikter och kommentarer och slutar med respondentens egna. Feedbacksystem och kommunikation och profil är därför bidragande faktorer som ger ett intryck eller uppfattning, och utifrån intrycket formas och skapas tillit.

Det som förvånade författarna var de olika incidenterna som en minoritet av respondenterna hade drabbats av. Författarna kan föreställa sig att osäkerheten i liknande institutioner i delningsekonomin är hög då många incidenter hade skett för studiens respondenter som endast bestod av tolv personer. Delningsekonomin omfattar betydligt fler personer, vilket kan tyda på att liknande incidenter troligtvis förekommer regelbundet. Förväntningarna innan studien var att nästan alla enbart haft positiva erfarenheter eftersom författarna enbart hade hört gott om Airbnb. Chockerande blev resultatet då författarna inte trodde att osäkerheten var så stor förens de hade utfört intervjuerna.

6 Slutsats

Syftet med undersökningen var att studera hur tillit skapas mellan Airbnbs användare och värdar gentemot varandra. Slutsatserna som kan dras efter undersökningen är att tillit mellan värdar och användare formas med hjälp av feedbacksystemet, kommunikation och profilbild. Nedan presenteras de tre faktorerna som bidragit till skapandet av tillit.

Feedbacksystemet är sättet respondenterna använder för att bringa tillit mellan varandra. En övervägande del av värdarna menar att de genom recensionen av användarna kan fatta beslut om vem som får hyra boendet. Detta tyder på att feedbacksystemet är ett verktyg som både värdar och användare använder sig av för att bilda en uppfattning om varandra. Uppfattningen baseras då på hur andra har upplevt värden/användaren. Respondenterna i studien menade att det var ett ärligt system som oftast kunde ge ett rättvist intryck då det inte lönar sig att inte tala sanning. Feedbacksystemet är steg ett i processen.

Profil är steg två då användarna i samma skede som de tittat på recensioner och omdömen, även tittar på profil. Även det är för att bilda en uppfattning om personen i fråga. Värdarna tillämpade detta steg i tillitsprocessen men inte i samma utsträckning. En kombination av feedbacksystemet och granskandet av värdens/användarens profil, bilder etc. är ett andra steg mot skapandet av tillit. Det steget var dominerande i processen av tillitsskapandet. Trots att feedbacksystemet var den betydande delen så räckte inte det steget för majoriteten utan de ville genom kommunikation skapa sin egna uppfattning.

Kommunikation var tredje steget i tillits processen. Värdarna och användarna förde en konversation mellan varandra i hopp om att skapa en kunskapsbaserad tillit som det skrivs i Chen et al. (2014) artikeln. Ett större utbyte av information ger en känsla av trygghet när de får svar på sina frågor, som i sin tur leder till en positiv effekt i processen. Fortsättningsvis upplevde en klar majoritet av både användarna och värdar att sista pusselbiten i tilliten gentemot värden eller användaren skapas genom kommunikation. Respondenterna menade att tillit tar tid att skapa men att kommunikationen är en bit på vägen mot tillit, och den nivå av tillit de skapar är endast tillräcklig för att uppfylla syftet med Airbnb. Men det är genom en kombination av både feedbacksystemet, profil och kommunikation som skapar ett intryck som i sin tur Airbnbs användare och värdar använder till sitt förfogande för att skapa tillit mellan varandra.

6.1 Utvärdering av eget arbete

Eftersom intervjuerna är baserade på två olika intervjuguider kan det ha resulterat i att en del information inte kommit fram. En del infallsvinklar kan ha uteblivit som skulle ha en betydande del i uppsatsen. Empiriska delen av uppsatsen baserades på 12 intressenter vars svar gett relevanta perspektiv på tillit mellan användare och värden. Studiens forskare är medvetna om att fler samt längre intervjuer hade gett mer omfattande och ingående svar, som därmed skulle gett upphov till större resonemang. Men efter kodningen av alla intervjuer märkte författarna att intervjuerna varit innehållsrika trots att de hade kortare intervjuer än önskat.

6.2 Förslag till vidare forskning

Uppsatsen baseras på att studera hur Airbnbs användare och värdar skapar tillit mellan varandra. Studiens författare tycker att det varit intressant att genomföra studien och är glada att de intervjuat personer som har olika erfarenheter och ibland olika åsikter som i sin tur har gett studien olika infallsvinklar. Nu i efterhand har författarna kommit fram till att de hade kunnat gett studien en bredare grund genom att intervjua personer utanför Sverige. Då människor har olika stora benägenheter att lita på andra människor beroende på vart i världen man bor. För en fortsatt forskning vore det intressant att ta med dessa perspektiv för att sedan göra en komparativ studie. Ett annat förslag för framtida forskning kan vara att studera om hur ledarskapssynen inom peer-to-peer skiljer sig från bussines-to-customer eftersom peer-to-peer utmärker sig vid lagar och regler. Vidare menar författarna att man kan jämföra hur Airbnbs ledarperspektiv ser ut i jämförelse med andra hotell.

7 Referenslista

Airbnb (u.å.). *Homes*

https://www.airbnb.se/host/homes?from_footer=1 [2018-11-05]

Airbnb (u.å.). *Trust*

<https://www.airbnb.se/trust> [2018-11-11]

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

Botsman, R. & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours*. 2. uppl. London: Collins

Byers, John. W.; Proserpio, Davide & Zervas, Georgios (2016). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Boston U. School of Management*. Research paper: Nr. 2013-16

Bryman, Alan & Bell, Emma (2013). "Företagsekonomiska forskningsmetoder". 2 upplagan. Liber AB, Stockholm

Celata, F., Hendrickson, C. & Sanna, V. (2017). The sharing economy as community marketplace? Trust, reciprocity and belonging in peer-to-peer accommodation platforms. *Cambridge Journal of Regions. Economy and Society*, 10, s.349–363.

Chaffey, D. & Smith, P. R. (2008). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Publisher: Routledge;4 edition

Chen, D., Lai, F., & Lin, Z. (2014). A trust model for online peer-to-peer lending: a lender's perspective. *Information Technology and Management*, 15(4), s.239-254.

Das, S (2018). Sharing Economy. *Wiley E-journals*, Vol.2018(93), s.14-17

Domosh, Mona & Seager, Joni (2001). *Putting Women in Place: Feminist Geographers Make Sense of the World*. New York: Guilford

Hallin, A., Helin, J. (2018). *Intervjuer*. Uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Hallå konsument (2018). *Köpa av privatperson*.

<https://www.hallakonsument.se/tips-for-olika-kop/olika-kopsituationer/kopa-av-privatperson/>
[2018-11-12]

Huurne, M., Ronteltap, A., Corten, R., & Buskens, V. (2017). Antecedents of trust in the sharing economy: A systematic review. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(6), s.485-498.

Lagen (2018). *1990:931*

<https://lagen.nu/1990:931> [2018-11-12]

Lantz, A (2013). *Intervjumetodik*. 3:2 uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Risicum (u.å.). *Delningsekonomi*

<https://www.risicum.se/blogg/delningsekonomi?page=1> [2018-11-27]

SOU 2017:26 *Delningsekonomi på användarnas villkor*. Stockholm: Wolters Kluwer Sverige AB.

The Economist (2013). *The rise of the sharing economy*.

<http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharingeconomy> [2018-11-09]

T. Puschmann, R. Alt (2016). Sharing Economy, *Bus Inf Syst Eng*, 58(1)

8 Bilaga

Användare:

1. Hur ofta har du hyrt ett boende av en Airbnb värd?
2. Varför valde du att boka via Airbnb och inte andra tillgängliga alternativ?
3. Vad för erfarenhet har du av Airbnb?
4. Hur arbetar du med förtroende och vad är det för dig? Vilken inställning hade du från början?
5. Finns det vissa faktorer som påverkar ditt förtroende, dvs bedragen ekonomisk, eller mötet med främlingen.
6. Hur har ditt förtroende till hyresvärdar utvecklats sedan användandet av tjänsten?
7. Hur viktigt är förtroende vid bokning av Airbnb?
8. Vad krävs för att ditt förtroende gentemot Airbnb ska öka?
9. Vad gör enligt dig en Airbnb- värdars profil pålitlig?
10. Händer det att du kontaktar värden för att få ytterligare information utöver det värden beskrivit i profilen? Om ja, motivera varför
11. Hur skulle du säga att tillförlitligheten till sådana tjänster är i jämförelse med traditionella system
12. Hur har negativa och positiva upplevelser påverkat ditt förtroende?
13. Vad har omdömen, recensioner och beskrivning för påverkan på ditt förtroende gentemot Airbnb?
14. Vad skulle en anledning kunna vara för att du ska tappa förtroendet för Airbnb?
15. Vad har Airbnb för garantier för att säkra din tillit känner du?

Airbnb-värdar

1. Vad för erfarenhet har du av Airbnb? Hur länge har du jobbat med Airbnb?
2. Hur gick dina tankar kring Airbnb när du för första gången valde att hyra ut ditt boende, fanns det någon oro?
3. Hur arbetar du med förtroende och vad är det för dig? vilken inställning har du från början?
4. Känner du att Airbnb bidrar med något som gör att du litar mer på Airbnb användare? exempelvis via försäkringar osv
5. Vad för- och nackdelar finns det för dig som Airbnb värd?

6. På vilket sätt arbetar du som Airbnb-värd med att skapa förtroende?
7. Hur har ditt förtroende till hyresgäster utvecklats sedan användandet av tjänsten?
8. Finns det frågor du vanligtvis ställer till din hyresgäst för att öka förtroendet för de?
isåfall motivera
9. Hur skulle du säga att tillförlitligheten till sådana tjänster är i jämförelse med traditionella system som tex. hotell
10. Hur har negativa och positiva upplevelser påverkat ditt förtroende?
11. Vad har omdömen, recensioner och beskrivning för påverkan på ditt förtroende gentemot Airbnb?
12. Vad skulle en anledning kunna vara för att du ska tappa förtroendet för Airbnb?