

Peer to Peer & Delningsekonomi

Stepan Vasyutin, praktikant vid JHT och student vid MIUN 2021

Inledning

Under min praktikperiod på JHT fick jag möjlighet att undersöka behovet av en gemensam plattform för guidade friluftslivsaktiviteter som skulle kunna användas i Jämtland Härjedalen. Undersöka behovet samt vilka produkter redan finns i Sverige men också internationellt, och vad forskningen säger om dessa ämnen. Allt detta under JHT's projekt som heter "Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0".

Peer to peer & delningsekonomi

Under sista decennier har vårt samhälle och ekonomin gått igenom stora förändringar som banade väg för nya ekonomiska modeller. Dessa modeller startades i industriländer, och spred sig sen ut till andra delar av världen, delningsekonomi är en av dessa modeller. Med hjälp av teknologin och internet, verktyg som möjliggör en konstant tillgång till information från alla delar av världen, kollaborativ ekonomi expanderar och växer stadigt. Med sin tillväxt skapas mötesplatser och interaktion mellan alla typer av människor. Kollaborativ ekonomi använder internet teknologier för att koppla samman människor som är territoriellt spridda, med syfte att främja bättre användning av människors färdigheter, varor och tjänster. I en av böckerna om delningsekonomi kallas den nuvarande perioden för "The Age of Access".

Sedan sin etablering delningsekonomi fortsätter att växa och öka sitt utbud av produkter och tjänster runt om i världen, social media drivet samhälle, samt förändringar i sociala behov möjliggör och påskyndar denna utveckling. I denna kultur av delning, online plattformar agerar som mötesplats mellan de som erbjuder och de som efterfrågar, denna typ av kultur myntades till begreppet delningsekonomi. Delningsekonomi är ett socioekonomiskt fenomen som bygger på delning av *mänskliga resurser* och icke *mänskliga resurser*. Enligt forskare är de mest vanliga drivkrafter som står bakom delningsekonomi (mikroentreprenörernas sida) delat till tre kategorier, ekonomiska faktorer, sociala samt teknologiska.

I de sociala nämns den ökande hänsyn till allt som kan kopplas till hållbarhet, viljan att kommunicera, och *generational altruism*. De ekonomiska handlar om extra inkomst, tillgång i stället för äganderätt, samt finansiell flexibilitet. Teknologiska faktorer som smarta mobiltelefoner och nya betalningssystem driver fram utvecklingen.

Samma kategorier av drivkrafter och värden finns hos de som söker tjänster och produkter, i de teknologiska ingår flexibilitet av bokning, timing, problemlösning, svar på frågor, detaljerade instruktioner från de som levererar service, det teknologiska innovationer skapar ett flexibelt sätt av konsumtion. I de ekonomiska värden nämns det prisskillnader mellan de traditionella turism tjänster och de som delningsekonomi kan erbjuda. Sociala och emotionella värden handlar om att leta efter likatänkande Peers, och eventuellt skaffa nya kontakter eller även kompisar. Samt delningsekonomi beroende av Peers recensioner och kommentarer gör den till mer attraktiv på grund av möjligheten att påverka (från användarnas sida). Ett alternativ till de traditionella produkter och tjänster framstår och uppfattas som mer spännande och genuina. Konsumenter letar efter värde eftersom de har förmågan att se och förstå saker, *imaginär penetration*, kunskap och medvetenhet för praktiska delar och detaljer.

Delningsekonomi växer snabbt och skapar nya möjligheter, fördelar och nyttor men också utmanar nationell och internationell turistbranschen. Som till exempel förändringar i konsumtionsmönster och konsumentuppfattning, ökad konkurrens på grund av lägre priser, alternativa typer av gästboende, ökning av social välfärd, nya jobbtillfällen, mångfald och diversitet av nya turismprodukter, jobbmöjligheter för mikroentreprenörer, förbättrad kommunikation mellan konsumenter och tjänst/produktleverantörer, ökat kvalité, kunskap om andra kulturer, innovativa teknologier osv.

e-Microentreprenörskap inom delningsekonomi

Mikroentreprenörskap är ett typ av eget företagande som innebär ett mindre företag som anställer mindre än fem individer. Samspel mellan globalisering och teknologiska innovationer och arbetsmarknaden avspeglas i växande trend av eget företagande. Mikroentreprenörskap syftar på att öka och breda ut inkomstkällor samt öka besparingar, oftast det är en komplettering till redan befintlig budget, samt mikroentreprenörskap diversifierar yrkesmässiga aktiviteter. Drivkrafter som står bakom trenden är, ekonomisk självständighet, självförverkligandet, och förmågan att jobba utan chefer. Mikroentreprenörskap inom delningsekonomin försöker hitta lösningar för de institutionella och ekonomiska problem som finns i de traditionella typerna av entreprenörskap, ett skifte från äganderätt till tillgång.

Internet är en nyckel som möjliggör utvecklingen av virtuella organisationer, föreningar och online nätverk. Peer to Peer marknader skapar nya möjligheter till entreprenörskap inom delningsekonomi. Digitala plattformar öppnar dörrar till varor, tjänster, leverantörer och kunder som annars vore inte möjligt. Samt tar bort begränsningar som traditionella anställningssätt innebär, skapar nya möjligheter till nya inkomstkällor. Ferreira definierade e-mikroentreprenörskap inom turism på följande sätt, *“the process of launching or adding value to a small tourism enterprise, relying partially on web marketplaces to attract visitors, employing no more than five people, with the aim to serve a global market and permitting the owner a desired livelihood and lifestyle”*.

Mikroentreprenörskap och weak ties

Intresse för naturturism ökar stadigt och i många fall, naturen som besöks av turisterna ligger i områdena som man kan kalla glesbygden. Därför mikroentreprenörskap inom naturturism kan vara en viktig inkomstkälla i sådana områden, och även vara ett utvecklingsverktyg för regionen. Peer to peer plattformar kan bli ett alternativ till traditionella sätt att skaffa *weak ties* i sin bransch /verksamhet.

Delningsekonomi inom besöksnäring trendsplaning

Delningsekonomin fenomenet ökar kontinuerligt under de senaste åren och av vissa forskare jämförs den med den industriella revolutionen. Uppskattningsvis delningsekonomin ekonomiska värdeåret 2025 kommer att uppnå 335 miljarder dollar, jämfört med enbart 14 miljarder år 2014. Faktorer som ligger bakom utvecklingen är, teknologiska innovationer, ökning av antal nätverks plattformar, samt paradigmskifte bland konsumenterna i allt som gäller tillgång istället för äganderätt, vilja att interagera socialt, ekonomiska drivkrafter, hänsyn till hållbarhet och miljöpåverkan, samt viljan att reducera negativa effekter av

konsumtion, och tillitmekanismer som digitala plattformar kapabla att erbjuda. En annan effekt av delningsekonomi som stöds av forskare är att detta fenomen bidrar till mer demokratisk och inkluderande fördelning av ekonomiska aktiviteter. Delningsekonomi inom besöksnäring har alla tecken på att den kommer fortsätta öka i framtiden och skapa nya möjligheter, där e-mikroentreprenörerna kan erbjuda sina hus, guidningstjänster, gastronomiska upplevelser osv. Faktorer som påskyndar utvecklingen av fenomenet, är ekonomiskt värde som Peer to Peer tjänster kan erbjuda kontra traditionella sätt, intresse för mer autentiska upplevelser där besökare möter lokala med hjälp av de digitala plattformarna. Miljömedvetenheten står den också bakom ökande popularitet av Peer to Peer plattformar.

Peer to peer **Jämtland**

Från intervjuer med människor som jobbar inom besöksnäring framkommer det att framför allt de som är mindre aktörer eller enskilda guider är mest intresserade i en digital plattform som skulle agera som mötesplats för guider och gäster. “Jag kan inte säga vad företaget jag jobbar för nu skulle göra exakt med en sådan tjänst men hade jag varit egen företagare så hade jag personligen kopplat upp mig o gjort ett konto” och “Absolut. Idag känns det som att många söker mindre aktörer för sina äventyr så att samla dessa tror jag skulle vara bra för alla” kommentarer från en annan guide “Jag tycker absolut det skulle finnas behov för att nå ut till folk lättare, framförallt för små aktörer som inte söker dom största grupperna...Det skulle kunna vara otroligt bra för området tänker jag också”. “Många gillar att vara spontana, både vi som arbetar i branschen och gäster som kommer. Att då kunna gå in på en hemsida och titta vad det finns för möjlighet till turer, känns som ett vinnande koncept”. Mer etablerade aktörer är positivt inställda emot sådana plattformar men uttrycker inget stort behov för fler gäster, men ändå hävdar att de skulle ansluta sig till en sådan plattform om den skulle finnas. Några exempel av svaren, “jag upplever inte några problem med att nå mina gäster nu men om jag skulle satsa mer på gäster så tror jag absolut att det finns behov av en app eller något liknande.” en kommentar från samma person “Om jag skulle jobba mer med att ta ut gäster med hundarna så kan jag tänka mig att vara delaktig i en sådan plattform”. Liknande svar kommer från personer som jobbar inom hästridning “Upplever inga svårigheter under sommarhalvåret. Stor efterfrågan på turridning.

App låter mycket bra! Skulle absolut kunna vara delaktig”.

Kommentarer om avgifter och andra ekonomiska frågor återkommit flera gånger, “Givetvis skulle det vara en kostnadsfråga om det kostar pengar att finnas med. Då hade jag undersökt hur många jag skulle nå genom appen/hemsidan jämfört med vanliga annonser i förhållande till pris givetvis”.

Vad finns redan idag?

Under intervjuerna fick jag reda på att det redan finns en plattform med väldigt liknande tanke som startades i höstas av Sandra Sandqvist, plattformen heter [smultronställen](#), och har Åre som sin bas. Väldigt intressant plattform som jag själv tycker kan möta behoven av vissa mindre idkare inom besöksnäring och även andra. Den andra är [Toursbylocals](#) också en plattform för guider fast på en internationell nivå, som startades året 2008 och har 4477 guider i 192 länder. Det finns potential i de plattformarna som finns, både de svenska och internationella som kan vara användbara för vissa typer av verksamheter inom besöksnäring i Jämtland. Samt det fortfarande finns utrymme för andra plattformar som täcker andra eller fler behov.

Egna reflektioner

Under mina studier inom friluftsliv och guidning fick jag ett intryck och uppfattning att människor i Jämtland har sina levnadssätt och sina prioriteringar som har stor betydelse för dem människorna. Fasta punkter som en komplex kärlek till naturen, som uttrycks på olika sätt beroende på individen och dess egenskaper. Viktiga hobbies som varierar beroende på årstider. Årstider som präglar landskapet och skapar mångfald av aktiviteter som kan utföras utomhus, där alla kan hitta något som passar just denna person. Arbete och försörjningssätt kan också variera beroende på säsong och på vad är som tillgänglig just nu. Arbetsplatser och arbetsuppgifter kan skilja sig väldigt mycket under årets gång. En person kan ha flera yrkesutbildningar eller andra försörjnings verktyg men alla är relevanta och viktiga.

Jämtlands socioekonomiska egenskaper och livsstilar som är vanliga i regionen kan passa bra med dem möjligheter som delningsekonomi plattformar kan erbjuda. Att vara uppkopplad till en plattform som kan hjälpa generera mer inkomst, med flexibiliteten som är så viktig för många fjällmänniskor. Det är inte längre en nisch fenomen inom besöksnäringen och fler faktorer tyder på att den på väg att fortsätta utvecklas och växa, därför är det viktigt att inte missa möjligheter och dra nytta av den i termer av regional utveckling. Det riktas mot både mikroentreprenörerna som kanske kan hitta förmånliga lösningar för sina verksamheter samt mot de som kanske har egna idéer för nya digitala plattformar.