Varas Värde Varar

en studie om värdet av Vara konserthus

John Armbrecht & Tommy D. Andersson
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Kommentarer är välkomna:

john.armbrecht@handels.gu.se
tommy.andersson@handels.gu.se

Förord

I lyckade fall kan forskarnas intresse för metodutveckling möta myndigheternas och företagens behov av information och beslutsunderlag. Denna studie är resultatet av ett sådant lyckat möte.

Värdering av nytta och upplevelser är absolut centralt för ekonomisk analys och för att förstå den så kallade upplevelseekonomin finns ett stort behov av metod-utveckling. Ekonomisk värdering av kulturupplevelser är ett särskilt eftersatt område.

Samtidigt är det ett ofta förekommande argument i kulturdebatten att samhället och politiker ej förstår värdet av kultur och det finns ett stort behov av kultur-värderingar för att ha beslutsunderlag för ibland avsevärda offentliga insatser.

Grundtanken bakom denna studie är att de metoder som används för att sätta ett värde på naturmiljö och naturupplevelser också är lämpliga för att värdera kulturupplevelser. Miljöekonomer har drivit metodutvecklingen långt och har mycket eleganta och förfinade metoder för att bestämma ett ekonomiskt värde av naturupplevelser. Internationellt sett har dessa metoder också använts för kulturupplevelser i ett stort antal studier under de senaste fem åren men i Sverige är denna studie, så vitt vi vet, ett första försök i stor skala.

Ett stort tack går till alla 1183 respondenterna som utan ersättning ställt upp och besvarat alla våra konstiga frågor och till volontärer på Vara konserthus som med engagemang, intresse och professionalitet hjälpte till att göra datainsamlingen möjlig. Tack också Malin Jonsson som investerade otaliga kvällar och helger i att utforma ett professionellt webbaserat enkätverktyg för undersökningen.

Studien har finansierats av Vara konserthus, Västra Götalandsregionen och av Vara kommun. Författarna har under studien haft förmånen att regelbundet få diskutera med en referensgrupp och vill tacka för alla värdefulla synpunkter från Martin Hansson, Annika Ottosson, Pernilla Warberg, Maria Mehner, Annacarin Öman, Lena Mossberg och Erik Lundberg.

Det stöd vi fick inför presentationen i Vara av Maria Mehner, Pernilla Warberg, Martin Hansson och Annacarin Öman var professionellt och mycket värdefullt för oss och vi tackar för den vänlighet vi hela tiden mött i Vara.

John har självständigt genomfört undersökningarna och skrivit texten emedan Tommy varit med i diskussionen av studiens uppläggning, enkätens utformning samt i en delvis hårdhänt redigering av texten. Att vi trots detta båda ser fram emot att jobba tillsammans snart i nya projekt kan verka obegripligt. Men forskare är inte alltid lätta att förstå.

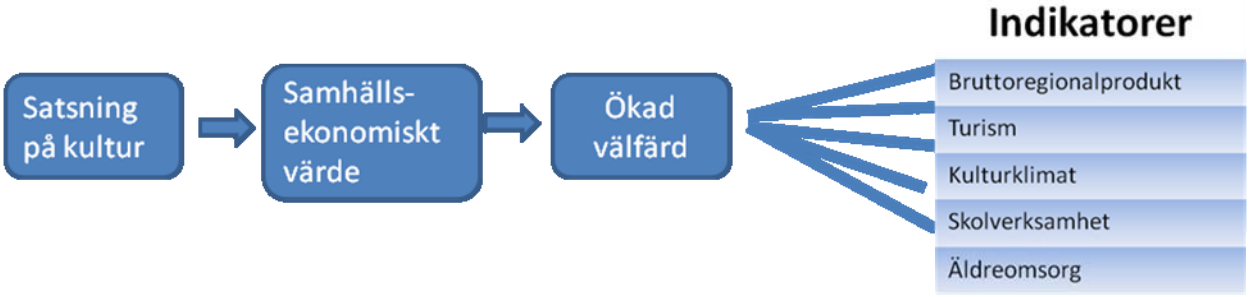
Göteborg och Vara i oktober 2008

John Armbrecht
Tommy D. Andersson
Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Sammanfattning

Att konst har ett värde är det få som tvekar om. Men om man bör och framför allt kan mäta värdet är en annan fråga. Under lång tid har ekonomi och kultur inte ansets vara förenliga och många anser att ekonomer ska hålla sig borta från kulturområdet. Inom natur- och miljövård är inställningen en helt annan. Där har man under årtionden utvecklat sofistikerade metoder för att mäta medborgarnas verkliga värdering av tillgång till natur och naturupplevelser. Särskilt intensiv har denna utveckling varit efter oljekatastrofen i Alaska med ”Exxon Valdez” då till och med amerikanska domstolar utgick från ekonomiska värderingar av naturvärden för att fastställa skadestånd för Exxon.

Utgångspunkten för denna studie är att de metoder som tillämpas för att skaffa underlag för beslut som rör miljövärden och naturupplevelser också går att använda för att värdera kulturinstitutioner och kulturupplevelser. Forskningsfrågan är: Vilket värde skapar Vara Konserthus?



Figur 1: Grundläggande tankemodell

Värdet av en kulturinstitution

Värdet av en kulturinstitution kan delas upp i två delar; brukarvärden och icke-brukarvärden. Brukarvärden inkluderar främst nyttjandet dvs. konsumtionen av kulturprodukter och upplevelser. Vidare delas brukarvärdet upp i direkta och indirekta brukarvärden beroende på hur aktiv konsumtionen av resursen är. Den nytta en individ får av att se, lyssna på, eller delta i en musikföreställning kan kategoriseras som direkt konsumtion. Att vistas i konserthuset och umgås med vänner samtidigt som man njuter av den fina miljön anses vara ett indirekt brukarvärde.

Icke brukarvärde uppstår när individer som inte brukar en resurs ändå upplever ett värde i att resursen finns. Detta gäller oberoende om de nyttjar resursen. Med andra ord kan värdet för en individ uppstå på grund av själva existensen av kulturinstitutionen och den positiva bild och känsla den framkallar bland en eller flera individer. Orsaken till att en person upplever ett värde kan således vara altruistiskt och exemplifieras med att personer tycker att det är bra att det finns kulturell mångfald. Detta värde kallas för existensvärde. Optionen att vid behov eller önskan kunna bruka resursen skapar ett värde. Optionsvärdet är således värdet som uppstår av att en person har en möjlighet till nyttjande utan att använda den. Ett annat värde, arvedel (på engelska:*bequest-value*) uppstår eftersom en del människor sätter värde på att bevara och utveckla en resurs för att framtida generationer skall ha möjlighet att nyttja resursen. Följande bifogas en kort sammanfattning:

Direkt brukarvärde:	Ett värde som återspeglar den nytta en individ får av att se, lyssna på, eller delta i t.ex. en musikföreställning.
Indirekt brukarvärde:	Ett värde som återspeglar den nytta en individ får av att t.ex. vistas i konserthuset och umgås med vänner samtidigt som man njuter av den fina miljön.
Optionsvärde:	Ett värde som uppstår pga. att en individ har *möjligheten* till att nyttja och besöka konserthuset.
Arvedel:	Ett värde som skapas pga. att individer tillskriver kulturinstitutionen ett ”arvsvärde”. Individer ser ett värde i att framtida generationer kan nyttja och ta del av konserthuset.
Existensvärde:	Ett värde som anger kulturinstitutionens förmåga att påverka individers identitet och välfärd p.g.a. dess existens.

Brukarvärdet uppstår endast bland dem som besöker konserthuset medan options-, arvedels- och existensvärden, som tillsammans också kallas "icke-brukarvärde", är mätbara både bland besökare och icke besökare. En annan viktig skillnad är att brukarvärdet skapar direkta penningströmmar medan icke-brukarvärdet inte gör det

En brukarundersökning genomfördes där 583 besökare i Vara konserthus intervjuades. För att beskriva näringsekonomiska värden och pengaströmmar som skapas av besökare användes utgiftsmetoden, där besökarnas utgifter fördelas mellan olika branscher. Enkätundersökningen hade tre huvudsyften:

1. att värdera upplevelsen under föreställningen (**Direkt brukarvärde**)
2. att värdera hela upplevelsen på konserthuset från dess att besökaren kom tills dess att han lämnade konserthuset (**Direkt + Indirekt brukarvärde**)
3. att kartlägga besökarnas utgifter (**Direkta ekonomiska effekter**)

Resultaten visar att 418 (73 %) av de tillfrågade svarade att värdet av upplevelsen överstiger kostnaden (priset för biljetten). Det upplevda värdet överstiger följaktligen det näringsekonomiska värdet. 54 personer (9 %) angav att värdet av upplevelsen motsvarade priset medan 18 % av besökarna tyckte att de gjorde en dålig affär. Följande tabell visar hur det totala brukarvärdet fördelar sig bland olika besöksgrupper.

	Direkt brukarvärde	Indirekt burkarvärde	Totalt värde
Besökare från Vara	409 kronor	149 kronor	558 kronor
Tillresta besökare	361 kronor	175 kronor	536 kronor

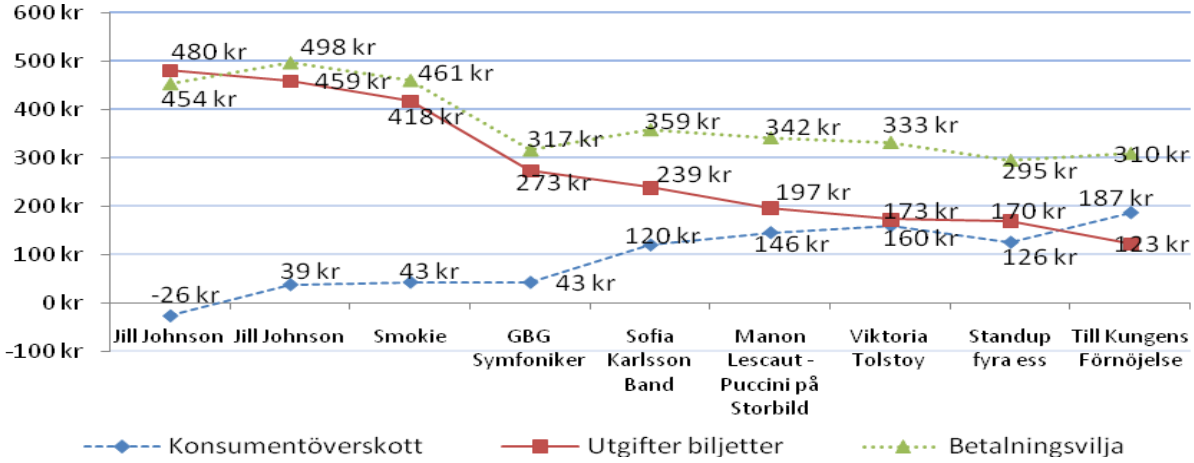
Tabell 1: Värden som skapas

Ur samhällsekonomisk synvinkel är det alltid önskvärt att priset sätts så att resurserna utnyttjas på bästa sätt. Ett lägre pris som lockar fler personer till att uppleva föresällningar är således önskvärt från en samhällsekonomisk synvinkel. Man kan förenklat säga att ambitionen från ett samhällsekonomiskt perspektiv är

att maximera brukarvärdet. Man kan också säga att ambitionen från ett samhällsekonomiskt perspektiv är att fylla konsertsalen till sista plats så att alla som värderar musiken högt får plats. För Vara konserthus motsvarar det totala brukarvärdet för hela kvällen är 18,5 mkr varav det direkta brukarvärdet är 12,6 mkr (föreställningarna).

Prissättningen påverkar företagsekonomiskt och samhällsekonomiskt resultat

Ett konsumentöverskott uppstår endast vid de tillfällen då det upplevda värdet överstiger priset. Ju mer biljetten för en föreställning kostar, dvs. ju mer ett företag tar betalt, ju mindre konsumentöverskott uppstår. Det som verkar klokt ur ett företagsekonomiskt perspektiv står således i konflikt med samhällsekonomiska intressen. Sammanhanget mellan pris och konsumentöverskott visas nedan.



Figur 2: Samhällsekonomiska och företagsekonomiska motsättningar

Rörande penningflödena som Vara konserthus genererar så spenderar varje besökare som går på en föreställning i konserthuset ca 240 kronor under en kväll, som övervägande består av utgifter för biljetter.

Näringsekonomiska effekter för Vara kommun

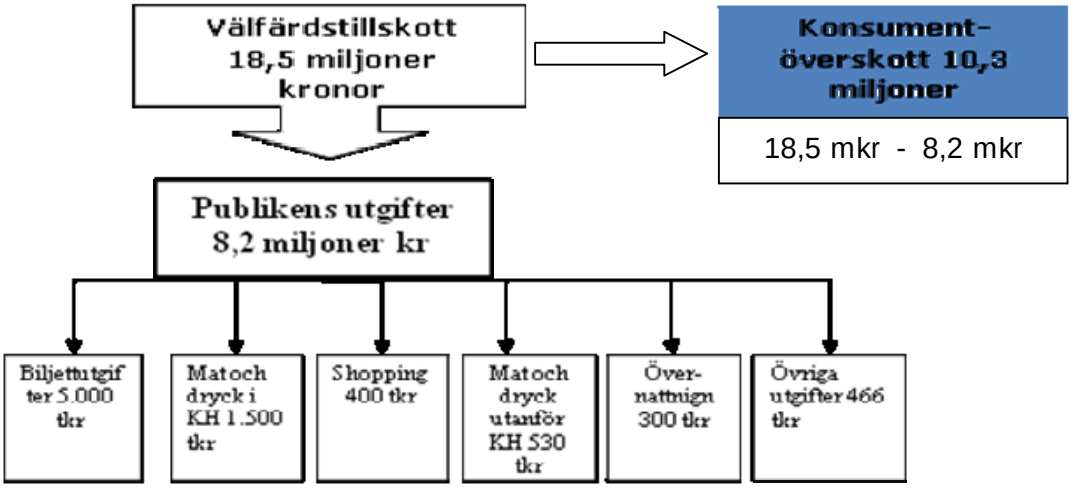
Sammanlagt innebär detta att besökarna spenderar 8,2 mkr under ett år. Utgifterna för biljetter summerar till 5 miljoner kronor. Besökarna spenderar ytterligare ca 1,5 miljoner kronor på mat och dryck i konserthuset.

	Biljett-utgifter	Mat och dryck i konserthuset	Mat och dryck utanför konserthuset	Shopping	Övernattning	Övriga utgifter	Totalt
Besökare från Vara	950 tkr	280 tkr	180 tkr	120 tkr	0	75 tkr	**1605 tkr**
Tillresta besökare	4.000 tkr	1220 tkr	350 tkr	280 tkr	300 tkr	391 tkr	**6551 tkr**
Totalt	**4950 tkr**	**1500 tkr**	**530tkr**	**400 tkr**	**300 tkr**	**466 tkr**	**8156 tkr**

Tabell 2: Näringsrelaterade värden

Den grupp besökare som spenderar mest pengar under sin vistelse i konserthus är turister som reser mer än 10 mil för att uppleva en konsertföreställning. Idag utgör denna grupp endast 6 % eller 2 500 besökare på år. Beloppet som dessa besökare

spenderar under kvällen är 640 kronor och därmed betydligt högre än det som besökare från omnejden spenderar Utgifter för resan är inte inkluderat i denna summa utan de extra utgifterna spenderas framför allt på restaurang och bar. Konserthusets betydelse[1] för turistbranschen illustreras i figur 3.



Figur 3: Publikens utgifter enligt bestämda kategorier

Figur 3 visar i ett första steg det värde (18,5 mkr) som skapas under de kvällar då föreställningar äger rum i Vara konserthus. Det totala värdet kan i sin tur delas upp i näringsekonomiska värdet (8,2 mkr) och Konsumentöverskott (10,3 mkr). Konsumentöverskottet kan anses vara ett värde i form av upplevelse som ges till besökaren och bidrar till dess välfärd. Publikens utgifter kan i sin tur delas upp på olika branscher som gynnas i det lokala samhället. Det är ca 80 % av besökarna som inte kommer från Vara kommun. Om man uppskattar deras utgifter utgör ett inflöde av 6,7 miljoner kronor till kommunen.

Som tidigare nämnts finns det faktorer som gör att en del av beloppet läcker ut ur kommunen. En sådan faktor är underleverantörer som inte befinner sig i kommunen. Pengar läcker även ut ur ekonomin när anställda som jobbar på konserthuset inte bor i närområdet. De anställda tar så att säga med sig pengarna från den kommunen till sin hemmaort för att spendera dem där.

Existensvärdet av Vara konserthus

I följande avsnitt ska en bild av de värden återges som i genomsnitt skapas för invånarna i Vara och Västra Götaland. Datainsamlingen som ligger till grund genomfördes av SIFO Research International Sweden AB syftade till att ge svar på frågan: Vilket är icke-brukarvärdet av Vara konserthus bland individer i Vara och Västra Götaland?

		Optionsv.	Arvedelsv.	Existensv.	Totalt värde
Vara	Medelvärde	**122 kr**	**149 kr**	**38 kr**	**309 kr**
Västra Götaland	Medelvärde	**84 kr**	**90 kr**	**29 kr**	**203 kr**

Tabell 3: Jämförelse av icke-brukarvärden per år bland Varas och Västra Götalands befolkning

[1] Konferensverksamheten är inte inkluderad.

Undersökningen inkluderade sammanlagt 600 personer uppdelade på Vara kommun (250) och Västra Götaland (350).

Undersökningen visar på skillnader i värdet som Varas befolkning och Västra Götalands befolkning tillskriver konserthuset. Medan befolkningen i Vara attribuerar konserthuset ett genomsnittligt icke-brukarvärde på 309 kronor så tillskriver Västra Götalands befolkning konserthuset ett värde på 203 kronor.

Gemensamt för befolkningsgrupperna är att arvedelsvärdet är högst och utgör ca 45 % av det totala värdet. Arvedelen, dvs. Värdet av att bevara konserthuset för framtida generationer överstiger således optionsvärdet - värdet av att själv ha möjligheten att vi något tillfälle kunna nyttja det. Existensvärdet utgör endast 38 kronor för Varas respektive 29 kronor för Västra Götalands befolkning.

Generellt kan påvisas att options- och arvedel sjunker med ökande avstånd. Ett samband mellan existensvärde och avstånd från konserthuset syns inte vilket tyder på att även personer inte bor direkt i anslutning till Vara känner ett värde av att ha kulturinstitutionen i närheten.

Studien visar tydligt att konserthuset skapar värden för både besökare och icke-besökare. Stora delar av besökarna från båda regionerna känner att de får mer värde än de betalar för. De gör en god affär. Att värdet som skapas inte enbart gynnar befolkningen direkt visar även indikatorerna som indikerar att kommunen över lag har en positiv utveckling

Indikatorer på ökad välfärd

Investerar en kommun resurser i kultur, har det som studien visar direkta effekter för besökare och icke-besökare. Värdet av att bo nära kulturinstitutionen ger ökade välfärdseffekter. Kopplar man resultaten till tidigare forskning kring kommunal tillväxt, kommunens attraktivitet och kommersiell verksamhet som också har betydelse för lokal välfärd så är det skäligt att anta att de har förändrats positivt sedan Vara konserthusbyggdes. Studiens sista syfte är att kartlägga möjliga indikatorer som visar på en positiv utveckling av välfärdsindikatorer efter att Vara genomförde sin spektakulära kultursatsning. För att se om det finns någon förändring i Vara sedan 2003 har officiella statistikkällor använts.

Av besökarna anger 96 % konserthuset som den primära reseanledningen. I genomsnitt reser besökarna ca 4 mil för att ta sig till konserthuset. Även om få konsertbesökare övernattar i Vara, har beläggningen på övernattningsenheterna[2] ökat markant sedan konserthusets byggnation. Detta är särskilt intressant eftersom även antalet övernattningsenheter fördubblats under samma period (från tre till sex enheter). Det innebär att konsumenternas efterfråga har ökat snabbare än ökningen i övernattningskapaciteten. En möjlig förklaring till varför antalet övernattningar vuxit kan vara att fler artister och funktionärer övernattar. Även konferensverksamheten i konserthuset kan vara en gynnande faktor.

Andra viktiga indikatorer är en ökande inflyttning, ökande disponibel inkomst, sjunkande arbetslöshet. Utvecklingen av kulturutgifter som också kan kopplas till

[2] Hotell, Vandrarhem, pensionat och campingplatser

kulturklimatet på kommunal nivå visar tydligt att Varas satsningen på konserthuset inte har påverkat finansieringen av bl. a. studiecirklar, kulturskolor och bibliotek. Driften av konserthuset sker således inte på bekostnad av andra kultursatsningar.

På grund av ökade kommunala utgifter för kultur genomfördes en analys av utgifterna för äldreomsorg och skolverksamheten. En hypotes kan vara att de ökande kultursatsningar åsidosätter äldreomsorg och skolverksamheten. Detta är inte fallet. Både relativt och absolut ökar kommunens utgifter inom dessa områden.

Bruttoregionalprodukten (BRP) anses vara en av de viktigaste indikatorerna för välfärd. Tillväxten av BRP i Vara är högre än i andra jämförbara kommuner i Västra Götaland. Mellan år 2000 och 2006 har bruttoregionprodukten vuxit med 33 % i Vara.

Man kan även hänvisa till de utmärkelser som Vara kommun under senare år har tagit emot: ”Årets kulturkommun 2005”, ”Årets kommun 2006”, och ”Årets företagarkommun 2008” är de viktigaste. Även om utmärkelserna i sig inte är direkta indikatorer på en ökad välfärd och det inte med säkerhet kan sägas huruvida den positiva kommunala utvecklingen som återspeglas i de övriga indikatorerna med säkerhet kan kopplas till konserthuset så finns det tecken på att det sker en förändring i Vara. Sannolikt kommer konserthusets effekter att utkristalliseras tydligare i framtiden. Därför kommer det vara intressant att i framtiden följa upp studien och kartlägga även de effekter som möjligen framträder i ett senare skede.

I ett sista steg ska de värden som årligen skapas genom konserthuset ställas mot de kommunala och regionala bidrag som konserthuset tar emot.

Typ av värde	Värde	Typ av bidrag	Belopp
Brukarvärde Vara	3,9 mkr	Kommunala bidrag	9,4 mkr
Icke-brukarvärde Vara	4 mkr		
Brukarvärde Västra Götaland	14,6 mkr	Regionala bidrag	2,9 mkr[3]
Icke-brukarvärde Västra Götaland	*267 mkr*		
Totalt	**22,5 mkr + *267 mkr***	**Totala bidrag**	**12,3 mkr**

Tabell 4: Jämförelse mellan skapade värden och offentliga bidrag

Tabellen visar att det sammanlagda värdet som skapas överstiger de totala kommunala och regionala bidragen. Bryter man ner värdena och bidragen så ser man att de kommunala bidragen överstiger värdet som skapas i kommunen. Däremot överstiger värdet som skapas i regionen med stor marginal de regionala bidragen. Invånarna i regionen har en mycket hög värdering av Vara konserthus och är beredda att via skatter bidra kraftfullt (icke-brukarvärde för Västra Götaland = 267 mkr) för att ha Vara konserthus inom regionen. Att inställningen till detta är positiv visar denna studie som belägger att 56 % av befolkningen i Västra Götaland kan tänka sig betala skatt för at bevara konserthuset.

[3] Regionens totala bidrag är 18 mkr. En stor del av summan går emellertid till ensembler. Den del av bidraget som går till konserthusets verksamhet uppskattas till 2,9 mkr.

Innehållsförteckning

1. Introduktion 13
1.1. Vad avses med värde– en introduktion till studiens grundantaganden 13
1.2. Vad avses med kultur i denna studie? 14
1.3. Utredningen - Projektbeskrivning av ett tredelat projekt 15

2. Kulturekonomi 17
2.1. Kulturinstitutioners företagsekonomiska situation 17
2.2. Ett samhällsekonomiskt perspektiv 18
2.3. Ekonomiska teorier om värde 20
2.4. Sociala effekter – socialt kapital 22
2.5. Kulturattraktioners potential att utveckla regioner 24

3. Delprojekt 1 – Varas ekonomiska utveckling 27
3.1. Forskningsbakgrund 27
3.2. Studiens subjekt och undersökningsnivå 28
3.3. En jämförelse av kommunerna – en introduktion 29
3.3.1. Bruttoregionprodukt 29
3.3.2. Befolkningsutveckling 30
3.3.3. Inkomst och sysselsättning 32
3.3.4. Kulturklimat 33
3.3.5. Turism 35
3.4. Välfärdsindikatorer 37
3.5. Slutsatser och ytterligare forskningsbehov 38

4. Delprojekt 2 - Ekonomiska effekter som en följd av Vara konserthus ... 40
4.1. Ekonomiska effekter som uppstår på grund av Vara konserthus 40
4.1.1. Samhällsekonomisk modell för utvärdering av kulturinstitutioner .. 40
4.1.2. Cost–Benefit Modellen 44
4.2. Metod 47
4.2.1. Datainsamlingen 47
4.2.2. Bortfallsanalys 49
4.3. Kommuninvånarnas värdering av ett ökat kulturutbud 51
4.3.1. Demografisk data 51
4.3.2. Besökarnas bostad och restid 54
4.3.3. Besöksvanor 55
4.3.4. Besökarnas utgifter 56
4.3.5. Betalningsvilja 58
4.4. Sammanfattning och slutsatser 61

5. Delstudie 3 – Konserthusets värde på regional nivå 64
5.1. Optionsvärde, Existensvärde och Arvedel 64
5.2. Metod och datainsamling 67
5.3. Resultat från delstudie 3 68
5.3.1. Respondenterna 68
5.3.2. Värden bland befolkningen i Vara och Västra Götaland 69

6. Slutdiskussion 74

Appendix 82

Figurindex

Figur 1: Grundläggande tankemodell ... 3
Figur 2: Samhällsekonomiska och företagsekonomiska motsättningar ... 5
Figur 3: Publikens utgifter enligt bestämda kategorier ... 6
Figur 4: Besökares effekter på den lokala ekonomin ... 19
Figur 5: kategorier av effekter ... 20
Figur 6: Konsument- och producentöverskott ... 21
Figur 7: En klassificering av olika värden ... 22
Figur 8: Relevanta indikatorer ... 29
Figur 9: Bruttoregionprodukt per invånare ... 30
Figur 10: Inflyttningar till kommunerna ... 30
Figur 11: Utflyttningar ur kommunerna ... 31
Figur 12: Kommunernas befolkningsutveckling mellan 1970 och 2006 ... 31
Figur 13: Jämförelse av medelinkomsten ... 32
Figur 14: Antal personer med förvärvsinkomst ... 32
Figur 15: Arbetslöshet efter kommun och år ... 33
Figur 16: Kulturkostnad per invånare ... 33
Figur 17: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för musik/kulturskola ... 34
Figur 18: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för studieorganisationer ... 34
Figur 19: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för bibliotek ... 34
Figur 20: Antal övernattningsenheter i respektive kommun ... 35
Figur 21: Disponibla bäddar ... 36
Figur 22: Kapacitetsutnyttjande ... 37
Figur 23: En flödesmodell för kulturattraktioners effekter ... 41
Figur 24: En beskrivning av kulturattraktioners ekonomiska effekter ... 42
Figur 25: Ekonomiska flöden - källa: Andersson (1985) ... 43
Figur 26: Besökarna indelade i åldersklasser ... 52
Figur 27: Besökarnas utbildning ... 52
Figur 28: Genomsnittliga årsinkomsten (brutto) ... 53
Figur 29: Besökarnas civilstånd ... 53
Figur 30: Sällskapsstorlek ... 54
Figur 31: Besökarnas resväg ... 54
Figur 32: Antal besök sedan årsskiftet ... 56
Figur 33: Planerade besök för 2008 ... 56
Figur 34: Genomsnittligt biljettpris (kr) för olika föreställningar ... 57
Figur 35: Turisters och lokalbefolkningens utgifter (kr) för föreställningarna ... 58
Figur 36: Betalningsvilja (kr) för föreställningen och hela kvällen ... 59
Figur 37: Aggregerat brukarvärde ... 59
Figur 38: Samband mellan WTP utgifter för entrébiljetter och konsumentöverskottet ... 60
Figur 39: Samband mellan totala utgifter och individers konsumentöverskott ... 61
Figur 40: Publikens utgifter enligt bestämda kategorier ... 62
Figur 41: Skillnader av brukar- och icke-brukarvärden ... 66
Figur 42: Har respondenten besökt konserthuset? ... 68
Figur 43: Antal gånger respondenterna har besökt konserthuset ... 69
Figur 44: Könsfördelningen bland alla respondenter från Västra Götaland ... 69
Figur 45: Sammanlagda värdet i Vara kommun ... 71
Figur 46: Jämförelse av värden mellan Varas och Västra Götalands befolkning ... 72
Figur 47: Samband mellan avstånd och värde ... 72
Figur 48: Graf som visar sambandet mellan avstånd och icke-brukarvärde ... 72
Figur 49: Skillnader i icke-brukarvärde mellan besökare och icke-besökare ... 73
Figur 50: Könsrelaterade vätrderingsskillnader ... 73

Tabellindex

Tabell 1: Värden som skapas 4
Tabell 2: Näringsrelaterade värden 5
Tabell 3: Jämförelse av icke-brukarvärden per år bland Varas och Västra Götalands befolkning 6
Tabell 4: Jämförelse mellan skapade värden och offentliga bidrag 8
Tabell 5: Exempel på immateriella effekter 46
Tabell 6: Föreställningar som ingår i undersökningen 48
Tabell 7: Antal personer som ville delta i undersökningen 50
Tabell 8: Bortfall efter kön och ålder 51
Tabell 9: Åldersfördelning 51
Tabell 10: Var konserthuset det huvudsakliga skälet till besöket i Vara? 55
Tabell 11: Antal % som tidigare besökt konserthuset 55
Tabell 12: Antagande om pris per föreställning om abonnemang köpts 57
Tabell 13: Jämförelse mellan betalningsvilja, utgifter och konsumentöverskott 63
Tabell 14: Aggregerad betalningsvilja, utgifter och konsumentöverskott 63
Tabell 15: Icke-brukarvärden för Västra Götaland 70
Tabell 16: Icke-brukarvärden för Vara kommun 70
Tabell 17: Ackumulerade värden för Vara kommun 70
Tabell 18: Jämförelse mellan skapade värden och offentliga bidrag 76

1. Introduktion

Att konst har ett värde är det få som tvekar om. Men om man bör och framför allt kan mäta värdet är en annan fråga. Under lång tid har ekonomi och kultur inte ansetts vara förenliga. Många anser att ekonomer ska hålla sig borta från kulturområdet.

Denna studie följer dock en uppfattning som förekommer i vissa andra rapporter att: ”hur stort värde vi än sätter på konsten är det ändå så att den produceras av individer och organisationer som inte kan fly från nödvändigheter i den värld som vi lever i. Därför – hur omöjligt det än är – måste det kulturella värdet anpassas till en ekonomisk skala. Till exempel är det just vad som sker när offentliga anslag delas ut och när löner sätts.” (Nilsén, 2005).

Ämnesområdet är kulturekonomi som är ett förhållandevis nytt begrepp i den offentliga debatten liksom inom forskningen. Denna studie är inriktad på den del av kulturekonomi som undersöker de ekonomiska konsekvenser som kultur har för samhället.

Bakgrunden till studien är påståendet att kulturen är viktig för den ekonomiska utvecklingen. Denna studie ska belysa kultur och kulturella satsningar i en kommun samman med den ekonomiska utvecklingen? Några teoretiska utgångspunkter inom forskningen om ekonomiska effekter och värden och förändringar i det ekonomiska livet skall först klarläggas. Därefter diskuteras innebörden i begreppet "kultur" varefter projektet kring Vara konserthus möjliga effekter på kommunen och regionen beskrivs. Huvudfrågan som studien söker ett svar på kommer att vara: Vilket värde har Vara konserthus skapat?

1.1. Vad avses med värde– en introduktion till studiens grundantaganden

Denna undersökning relaterar till ekonomiska och samhällsekonomiska värden. Enligt ekonomiskt tänkande strävar man efter att utnyttja resurser på bästa möjliga sätt. Genom att värdera input och output kan man bedöma en ”produktionsenhets” effektivitet, lönsamhet eller produktivitet. Även om en kulturinstitution inte är en produktionsenhet i vanlig bemärkelse, så kan den analyseras som en enhet som producerar upplevelser.

Värdet som skapas av en kulturinstitution förknippas i vardagliga sammanhang inte med ekonomiska värden. Det är emellertid en viktig grundförutsättning att denna undersökning inte ser några väsentliga skillnader i att värdera en tjänst som exempelvis en resa eller en kulturupplevelse. I denna undersökning innebär en ekonomisk värdering framför allt att värderingen ska ske relativt den målsättning som gäller för resursen i fråga. För att kunna sätta input och output i relation till varandra så krävs det att de mäts i samma enhet. Eftersom den input som används i konserthuset värderas i kronor bör man även mäta det värde som konstituerar output i kronor. De värden som skapas av konserthuset kommer i denna undersökning således att mätas i kronor och betraktas som ett ekonomiskt värde.

Värdet av en kulturinstitution kan delas upp i två delar; brukarvärden och icke-brukarvärden. Vidare delas brukarvärdet upp i direkta och indirekta brukarvärden beroende på hur aktiv konsumtionen av resursen är (Bateman och Langford, 1995). Den nytta en individ får av att se, lyssna på, eller delta i en musikföreställning kan kategoriseras som direkt konsumtion. Att vistas i konserthuset och umgås med vänner samtidigt som man njuter av den fina miljön anses vara ett indirekta brukarvärde.

Icke brukarvärde uppstår när individer som inte brukar en resurs ändå upplever ett värde i att resursen finns tillgänglig (Bateman och Langford, 1995, Garrod och Willis, 1999). Detta gäller även om de aldrig tänkt nyttja resursen (Shechter, 1995). Med andra ord kan värdet för en individ uppstå på grund av själva existensen av kulturinstitutionen (Loomis, 1998). Orsaken till att en person upplever ett värde kan således vara altruistiskt (Throsby, 2001) och exemplifieras med att personer tycker att det är bra att det finns kulturell mångfald även om de själva inte nyttjar kulturella produkter och tjänster. Detta värde kallas även existensvärde. Optionen att vid behov eller önskan kunna bruka resursen skapar emellertid ett också ett värde (Brännhult och Kriström, 1998, Bateman och Langford, 1995, Garrod och Willis, 1999). Optionsvärdet är således värdet som uppstår av att en person har en möjlighet till nyttjande. Det sista värdet, ”bequest-value” eller ”Arvedel” uppstår eftersom en del människor sätter värde på att bevara och utveckla en resurs för att framtida generationer skall ha möjlighet att nyttja resursen (Bateman och Langford, 1995, Garrod och Willis, 1999).

Även om detta synsätt på värde har kritiserats (jfr Carson, Flores and Meade, 2001) så har det etablerat sig i både av miljö- och kulturekonomi. Både brukar och icke-brukarvärden kommer i denna studie att användas som lämpliga mått på de ekonomiska värden som skapas.

Det är således viktigt att skilja mellan värden som skapas hos besökarna och den övriga befolkningen. Medan brukarvärdet endast uppstår bland dem som besöker konserthuset så skapas icke-brukarvärdet bland hela befolkningen. Options-, arvedel- och existensvärden är således mätbara både bland besökare och icke besökare. En annan viktig skillnad är att brukarvärdet skapar direkta penningströmmar medan icke-brukarvärdet inte gör det. En djupare diskussion om vad som avses med värde diskuteras under 4.1 och 5.1.

1.2. Vad avses med kultur i denna studie?

Det har ofta diskuterats vad kultur är. För många personer så är kultur ett komplicerat begrepp. Borofsky (1998) drar en parallell med att det är lika svårt att definiera begreppet kultur som att fånga vinden[4]. Problematiken ligger i att finna en definition som är godtagbar för alla parter. En etymologisk analys visar att kultur härstammar från latinets *cultura (cultus)* som betyder odling, bildning: kultur är i en mening motsatsen till natur. Kultur är det som är inlärt, skapat och förmedlat av människor. Denna betydelse av ordet kultur är fortfarande relevant. I denna studie är det viktigt med en relativt begränsad definition. Den aspekt av

[4] Egen översättning från originalet: attempts to define culture are ákin to trying to encage the wind´

kultur som relaterar till tro, värderingar, seder och bruk kommer således inte att inbegripas av denna studies definition. Istället kommer denna undersökning att utgå från ett mer funktionellt orienterat kulturbegrepp som relaterar till människors aktiviteter.

Kulturella produkter kan karaktäriseras med att:

- de innehåller kreativitet
- de genererar och kommunicerar symbolisk betydelse
- de innefattar en intellektuell dimension

Throsby (2001:4) hänför till begreppet "cultural product" följande attribut: "It is a characteristic of most cultural products that they are unique; all original artworks, for example, are differentiable from all others, all historic buildings and sites are individually identifiable as distinct."

Throsbys (2001) beskrivning av kulturprodukter avser främst den kulturella mångfalden och Throsbys beskrivning avser originalet d.v.s. musikstycket som är unikt från ett annat stycke.

Kulturella produkter är mestadels knutna till den så kallade upplevelseindustrin. Kultur är således inte längre bara ett begrepp som relaterar till socialt överförda levnadsmönster och konstnärligt skapande, utan även ett samlingsbegrepp för en nationell och internationell trend av kreativa förhållningssätt som skapar möjligheter till att konsumera kultur. Inte minst i Sverige har kultur och kulturupplevelser blivit synonymt med ansvarsfull konsumtion av inlärda och främmande värden, produkter och tjänster.

Denna studie avser med kulturella produkter unika upplevelser som kan konsumeras. Kultur anses tilltala människors sinnen genom kreativa, intellektuella och symboliska dimensioner. Gentemot den traditionella upplevelseindustrin skiljer sig kulturella upplevelser genom att i högre grad stimulera en fördjupning, problematisering och reflexion kring kulturprodukten.

1.3. Utredningen - Projektbeskrivning av ett tredelat projekt

Forskningsprojektet syftar till att beskriva de ekonomiska effekter som Vara konserthus har genererat i Vara kommun och i Västra Götaland. Detta leder till att analysnivåerna kommer att skifta mellan kommunal och regional nivå.

Utredningen är uppdelat i tre delstudier. Orsaken till uppdelningen beror på de tre olika datainsamlingar och dataanalyser som är nödvändiga för att skapa en helhetsbild. Uppdelningen bygger även på forskning kring de effekter som uppstår i olika geografiska områden. I det första delprojektet ligger fokus på effekterna som uppstår på kommunal nivå. Meningen är att ge en generell bild av hur utvecklingen av kommunen har sett ut. Delprojekt två och tre undersöker sedan värdet bland besökare, Varas befolkning och befolkningen i Västra Götaland.

Delprojekt 1: Jämförelser av ekonomisk utveckling i Vara samt i referenskommuner.
Denna delstudie baseras på befintliga (sekundära) data. I huvudsak består denna del av beskrivningar och jämförelser två olika kommuner. Den en, Vara kommun har genomfört en spektakulär kultursatsning medan jämförelsekommunen Falköping inte har gjort det (jfr Baade och Dye, 1988). Ambitionen är att om möjligt hitta skillnader i kommunernas utveckling som kan kopplas till existensen av kulturattraktionen. Beroende på tillgänglighet kommer kommunerna utveckling under de senaste 10-30 åren att vara mest intressant. Följande syften avser delprojekt 1.

- Att kartlägga alla databaser som är användbara för en studie av denna typ
- Att jämföra ekonomisk utveckling i kommunerna
- Att diskutera indikatorer som visar effekten av kultursatsningar
- Att generera ytterligare uppslag för fortsatta studier

Delprojekt 2: En beskrivning av ekonomiska effekter i Vara kommun som en följd av Vara konserthus.
Baserat på resultaten av delprojekt 1 gjordes en mer detaljerad studie av de ekonomiska effekterna som Vara konserthus orsakar i Vara kommun. Data för detta delprojekt samlades in genom en enkätundersökning. För att beskriva ekonomiska effekter på den lokala ekonomin användes utgiftsmetoden, där besökarnas utgifter fördelas mellan olika branscher och/eller kategorier (jfr Richards, 1996, 2007).

Syftet är:
- Att beskriva direkta ekonomiska effekter för Vara kommun
- Att diskutera alternativanvändning av resurser
- Att mäta kommuninvånarnas värdering av ett ökat kulturutbud

Delprojekt 3: Kultursatsningars effekter på regionen
Värdet av kultursatsningar och tillgång till kultur torde vara mer betydande för en större region än för en kommun. Den tredje delstudien avser att ge en bild av dessa, regionala effekter. Ett viktigt mål för den tredje delstudien var att diskutera effekterna i termer av värde, livskvalitet och attraktionskraft (jfr Bille Hansen, 1997).

Syftet är:
- Att redogöra för svensk och internationell forskning kring dessa frågor
- Att samla in data relaterade till kultursatsningen i Vara
- Att beskriva regionala effekter av kultursatsningen i Vara
- Att rekommendera indikatorer och mätmetoder för effekter av kultursatsningar

2. Kulturekonomi

Institutioner och organisationer vilka har som uppdrag att finansiera, driva och utveckla teatrar och konserthus konkurrerar alla om knappa resurser. Skall det ökande behovet av resurser mötas genom att öka skatter, eller ska man omfördela resurser från andra ändamål för att fortsättningsvis kunna tillhandahålla kultur? Vad är i detta sammanhang egentligen acceptabla utgifter för en kulturinstitution? Givet att de finns begränsade resurser så måste i ett längre perspektiv avvägningar göras om vart pengarna ska gå. Skall det allmänna skattefinansiera kultur eller skall välgörenhetsorganisationer, fonder och donatorer finansiera kultur?

2.1. Kulturinstitutioners företagsekonomiska situation

Idag bidragsfinansieras i princip alla kulturinstitutioner i Sverige men de flesta institutioner är beroende av en stadig ökning av allmänna bidrag. Forskning inom detta område antyder att kulturella institutioner som exempelvis symfoniorkestrar både i Sverige och utomlands inte drivs på ett ekonomiskt hållbart sätt (Baumol, 1993; Nielsén, 2005). Institutionernas har drift- och investeringskostnader överstiger de intäkter som genereras bl. a. beroende på så kallade ”sunk costs” (Payne, 2003).

I sin undersökning från 1965 visar Baumol och Bowen (1993) att intäkter bland de institutioner som tillhandahåller musik och teaterkonst endast täcker utgifter för artisterna. Övriga kostnader betalas av bidrag av offentliga institutioner och fonder.

Den ekonomiska situationen för kulturella institutioner har inte förbättrats sedan Baumols studie utan snarare tvärtom.

Under det senaste århundradet har produktiviteten ökat över hela världen. Orsaken till en ökad produktivitet finner man i förbättringen av teknologier, ökat kapital, bättre utbildning och ökad skalekonomi. Även om konsert- och teaterbranschen har sett viss utveckling, är dock produktionen beroende av artistens närvaro och produktiviteten har inte ökat i samma omfattning som i de flesta andra branscher. Produktiviteten av musikerna i konserthuset, förblir densamma år efter år.

Men eftersom produktiviteten ökar i andra branscher kommer lönerna inom dessa branscher att öka. Om produktiviteten ökar med två procent, kommer deras löner att följa ungefär samma utveckling, dvs. öka med två procent. Lönekostnaden per enhet förblir därför konstant. Denna utveckling kan i princip fortsätta år efter år (Frey och Pommerhene, 1989).

Vad händer då med musikerna? Det finns flera olika alternativ. En möjlighet är att musikernas löner förblir konstanta år efter år. Resultatet blir att musikerns förmåga att köpa tjänster och produkter minskar. Detta innebär således att musikern blir allt fattigare i jämförelse med andra. Denna utveckling hindrar med all säkerhet vissa personer från att bli musiker, och istället söka andra jobb.

Det andra alternativet är att även musikerna lyckas öka sin lön i samma takt som i andra branscher. Om lönerna av musikerna ökar medan produktiviteten förblir

oförändrad, måste detta innebära att lönekostnaden per enhet ökar i samma takt. Således kommer även den totala kostnaden per enhet öka i samma takt som lönen för musikerna ökar (Baumol och Bowen, 1993; Throsby och Withers, 1979).

Det finns ett tredje alternativ som möjligtvis motsvarar verkligheten bäst. Lönerna hos artister ökar, men inte i samma takt som i andra branscher. Eftersom artister är hängivna individer, som jobbar och lever under ekonomiska förhållanden som inte skulle vara attraktiva i andra branscher, är musik och teaterindustrin relativt okänslig för generella lönetrender, framför allt på kort sikt. Men även på lång sikt verkar artistbranschen halta efter. Medan många lågutbildade personer anser att lönen är den främsta motivationen för jobbet, har artister till synes mycket mer glädje och tillfredsställelse i sitt jobb. Det intressanta är att om en person har tillräckligt med finansiella medel för att klara sig och antar att detta även kommer att gälla för framtiden, känner de att de har det bättre med en relativt låg lön men med hög psykiskt tillfredsställelse. Det är först och främst genom detta som musik och teaterorganisationer har lyckats skifta över en del av den finansiella bördan till artisterna (Baumol och Bowen, 1993).

Om man istället för att analysera kostnaderna tittar på biljettpriserna så är de avsedda för att täcka den totala kostnaden. Om kostnaden per uppträdande ökar, verkar det vara naturligt att priserna för biljetterna gör det med. Så länge som ökningen av intäkterna håller samma takt som kostnaderna kommer ingen klyfta mellan dem att uppstå. Köparen får allt mindre för sina pengar eftersom priset ökar och produktivitetsökningen är försumbar. Men det finns andra faktorer som hindrar musik- och teaterorganisationer från att öka biljettpriserna.

- Obenägenheten av moraliska skäl att öka priser
- Konstens plats i köparens preferenshierarki
- Konkurrenssituationen

Dessa tre faktorer har lett till att musik och teaterindustrin inte har ökat biljettpriserna i samma takt som kostnaderna har ökat. Följaktligen har klyftan mellan dem ökat stadigt, vilket har lett till att andra finansieringsformer är nödvändiga för att upprätthålla verksamheten.

2.2. Ett samhällsekonomiskt perspektiv

Ekonomiskt tänkande innebär en stävan efter att utnyttja resurser optimalt. Alla möjligheter bör jämföras, utvärderas och rangordnas enligt vissa ekonomiska nyckeltal eller parametrar som exempelvis produktivitet, effektivitet och lönsamhet.

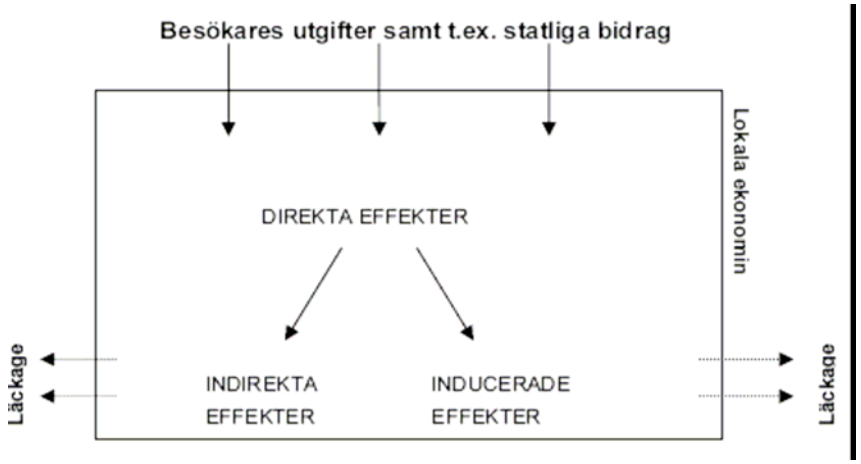
Produktivitet innebär att man sätter mängden output i relation till mängden av input. För Vara konserthus innebär detta att man sätter antal besökare i relation till en viss tidsperiod eller annan enhet; exempelvis 200 besökare/dag eller 400 besökare/föreställning. Jämför man effektivitet med produktivitet så relaterar produktivitet till mängder medan effektivitet relaterar till värden. Effektivitet är värdet av någon output i relation till värdet av någon input. För Vara konserthus kan biljettintäkter sättas i relation till kostnaderna. Man får då ett företagsekonomiskt mått på hur effektivt det investerade kapitalet i konserthuset

arbetar. Om konserthuset förväntas hålla en god ekonomi och helst ge vinst då bör output värderas efter biljettintäkter och kostnader värderas i kronor.

Det blir genast mer komplicerat om målsättningen inte är att tjäna pengar. Är en målsättning att skapa så mycket kulturupplevelser som möjligt, eller att öka kulturintresset bland lokalbefolkningen ser värderingen annorlunda ut.

Direkta och indirekta effekter

Effekter av en kulturattraktion kan, mätas med olika metoder, men även på olika ”nivåer”. Det är viktigt att särskilja konsumtionen av två olika besöksgrupper som skapar ett pengaflöde: **lokalbefolkningen** och tillresta **turister**. En ekonomisk analys måste ta hänsyn till varifrån pengarna som spenderas kommer ifrån. För att förtydliga denna situation illustreras sammanhangen i figuren nedan.



Figur 4: Besökares effekter på den lokala ekonomin

Intressant från ett samhällsperspektiv är framför allt de pengar och resurser som strömmar in i en lokal, avgränsad och definierad ekonomi. Om en person som är bosatt i den lokala ekonomin spenderar sina pengar på en kulturattraktion eller en restaurang har det ingen betydelse för pengaflödet. Men om en tillrest individ spenderar pengar i den lokala ekonomin (direkt effekt) är dessa pengar ett inflöde som i sin tur skapar positiva indirekta och inducerade effekter. (Garrod och Willis, 1999; Lundmark, 2005, Rinne & Saastamoinen, 2005). Direkta effekter uppstår inom de aktiviteter som direkt kan kopplas till besökarens uppehälle i den lokala ekonomin som t.ex. turistguideföretag, restauranger eller hotell. Indirekta effekter uppstår inom branscher som levererar varor och tjänster åt de företag som producerar produkter som konsumeras av besökarna. Den ökade inkomsten, hos sysselsatta i den lokala ekonomin, ger också inducerade effekter genom ökad köpkraft. I vilken utsträckning dessa multiplikatorer får genomslag i en ekonomi beror på ekonomins storlek och struktur som till exempel tillgång på lämplig arbetskraft, varor och tjänster. Om det inte finns tillräckligt många stödfunktioner kommer det uppstå ett läckage ut från ekonomin genom import av det som saknas. Lokal ekonomisk tillväxt uppstår när inkomstflödet är större än läckaget.

Man kan utveckla Figur 4 ytterligare ett steg genom att analysera om effekterna är av monetär eller icke-monetär karaktär. En kategorisering av möjliga effekter som kan uppstå som följd av en kultursatsning som den i Vara konserthus ges i figuren nedan.

	Direkta Effekter	Indirekta Effekter
Monetära Effekter	Biljettintäkter Logi Restauranger Barer	Ökande omsättning hos underleverantörer Råvaroproducenter
Icke-monetära Effekter	Värdeskapande genom upplevelser	Påverkan på stadens image livskvalité

Figur 5: kategorier av effekter

I avsnitt 4 kartläggs direkta monetära och icke-monetära effekter genom en Besökarundersökning. Därefter kommer i avsnitt 5 indirekta icke-monetära effekter att belysas med hjälp av en separat undersökning på kommun- och regionnivå.

2.3. Ekonomiska teorier om värde

Generellt sett så kan värde i grund och botten anses vara uppkomsten av motivationen till ekonomiskt beteende och tänkande. Samtidigt, men ur ett annat perspektiv så är begreppet värde förankrat i kulturella sammanhang. Från ett ekonomiskt perspektiv så är värde kopplat till nytta[5], som i sin tur är kopplat till priser dvs. pengavärdet som konsumenter tillskriver produkter och tjänster.

Den ekonomiska teorin om värde kommer från nyttoteoretiska tankar som grundar sig på teorin om konsumentbeteende (Throsby, 2001). Individer antas i denna besitta preferenser om varor som gör att de kan avgöra om de föredrar en vara i en viss mängd före en vara i en annan mängd (Becker, 1978). Ett annat logiskt antagande är att marginalnyttan sjunker med ökande konsumtion (Fishburn, 1970; Nash, 1950). Således kan en efterfrågeteori härledas som är empiriskt testbar. Teorin om efterfrågan kan sedan ställas mot teorin om tillgång. För man ihop båda teorierna kan man sedan skapa en modell som beskriver priser i en marknad med fri konkurrens. Frågor om vilka preferenser som är viktigast och om preferenserna uppstår på grund av biologiska, psykologiska, kulturella eller spirituella skäl är irrelevanta.

Trots att teorin om marginell nytta har blivit mycket populär bland ekonomer – den betraktas som en mycket elegant lösning på ett komplicerat problem – så finns det många som kritiserar ansatsen och utvecklingen av teorin (Throsby, 2001). En kritik är att värde är ett socialt konstruerat fenomen och att fastställandet av värdet (priset) inte kan ske isolerat från den sociala kontexten i vilken processen äger rum (Clark, 1995).

Den ekonomiska teorin kring värde har dock fortsatt en stark ställning i debatten. Trots detta så ses priset idag som ett relativt men inte perfekt verktyg till att bestämma värde. Priser är dock sällan fria från temporära störande moment. Den kanske viktigaste nackdelen med att använda sig av priser som indikator för värde

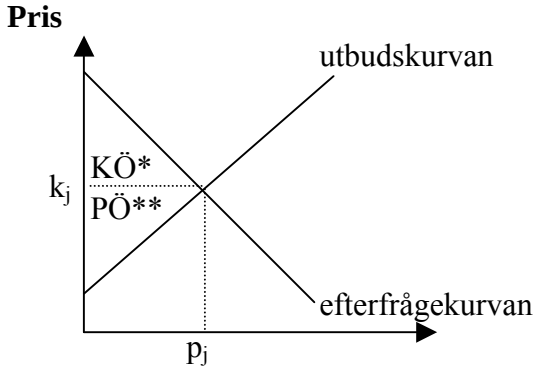
[5] Utility

är att konsumentöverskottet inte kan fastställas. Priset kan således fungera som en indikator för värde men är inget direkt mått på värde.

Konsumentöverskott och Producentöverskott – en förklaring
Efterfrågekurvan för marknaden visar hur stor kvantitet av en produkt som konsumenterna efterfrågar vid varierande priser. Utbudskurvan visar på hur stor kvantitet som producenterna är villiga att sälja för, till olika priser.

När marknaden är i jämvikt etableras ett jämviktspris/marknadspris där tillgång och efterfrågan är i jämvikt. Det existerar en jämnviktskvantitet. Efterfrågekurvan kan sägas visa på konsumenternas värdesättning av varan. Som redan nämnts motsvarar priset dock inte det verkliga värdet. Ett antal konsumenter som köper varan till jämviktspriset är egentligen villiga att betala mer. Det är faktiskt bara den ”sista konsumenten”, som köper varan till jämviktspriset, som exakt värderar den till detta pris. Alla andra konsumenter värderar varan högre, de erhåller således en ”nyttoförtjänst” av att köpa varan till jämviktspriset. Det är denna ”nyttoförtjänst” som kan kallas ett **konsumentöverskott**. Konsumentöverskottet motsvarar den direkta icke-monetära effekten i Figur 5.

Ett liknande resonemang kan föras för producenterna. När jämviktspriset etablerats kan vi se att det endast är den sist producerade och utbjudna varan som har en marginalkostnad som är lika med jämviktspriset, dvs. marginalintäkten. För varje föregående vara som producerats hade en lägre marginalintäkt varit tillräcklig för att producenterna ändå skulle varit villiga att bjuda ut dessa varor på marknaden. Det skapas således ett producentöverskott (PÖ) för producenterna. Både producentöverskottet och producenternas omsättning påverkas av att mer pengar spenderas inom ett område. Denna effekt kan relateras till de direkta och indirekta monetära effekterna i Figur 5.



* KÖ: Konsumentöverskott
* PÖ: Producentöverskott

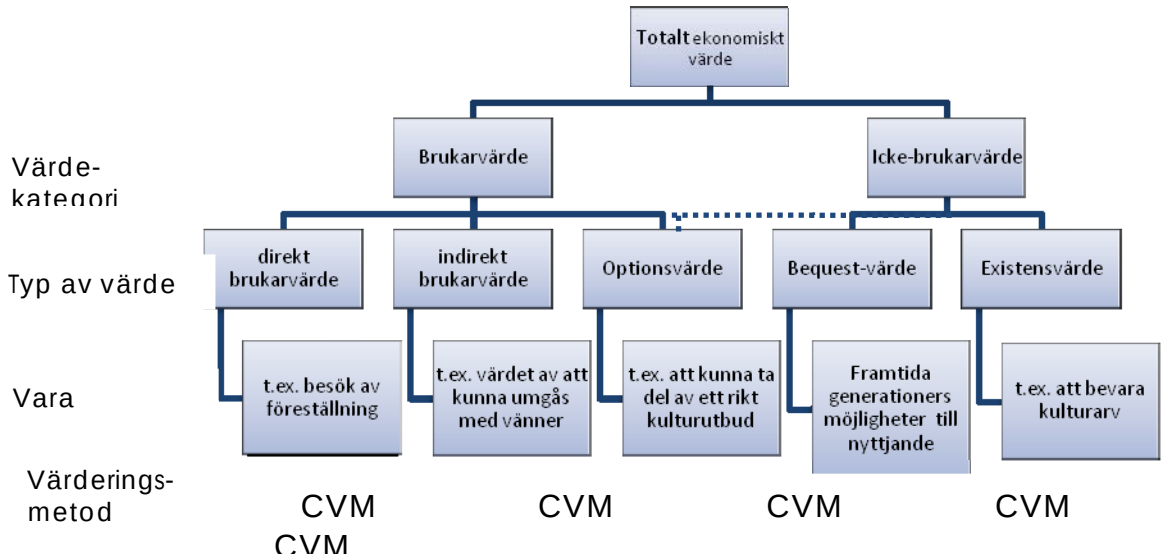
Figur 6: Konsument- och producentöverskott[6]

Det finns emellertid även andra värden än enbart brukarvärden. Dessa värden har redan nämnts i inledningen och klassificeras som icke-brukarvärden. Man utgår då ifrån att man inte nödvändigtvis måste nyttja en kulturresurs för att kunna uppskatta ett värde. Inom icke-brukarvärden finns optionsvärdet som avser värdet

6

Axelsson R m.fl., (1998) *Mikroekonomi,* andra upplagan, Studentlitteratur, Lund Sverige
Eklund K, (2001) *Vår Ekonomi,* nionde upplagan, Bokförlaget Prisma, Värnamo Sverige

av möjligheten att nyttja kulturinstitutionen i framtiden, t.ex. känslan av att kunna gå på en konsert, fastän man aldrig eller endast ibland gör det. Optionsvärdet bör minska i samma grad som tillgängligheten, vilket konkret innebär att optionsvärdet torde minska med avstånd, disponibel tid eller tillgång till adekvata transportmöjligheter. Om optionsvärdet även skulle innefatta värdet för framtida generationer, ett sorts altruistiskt värde, så liknar det den andra sortens icke-bruksvärde, det s.k. arvedelsvärdet. Det innebär en värdering av något för att det existerar idag och i framtiden. Till arvedelsvärdet inom kulturinstitutioner kan räknas dess förmåga att bevara kulturarv och säkerställa kulturell mångfald. Figuren nedan sammanfattar de olika kategorier och typer av värden som relaterar till en kulturinstitutions ekonomiska värde.



Figur 7: En klassificering av olika värden[7]

2.4. Sociala effekter – socialt kapital

Socialt kapital handlar om sociala nätverk och citatet ”It’s not what you know, it’s *who* you know”! (Woolcock & Narayan 2000) uttrycker på ett kärnfullt sätt mycket av det som begreppet socialt kapital försöker fånga. Begreppet har under det senaste decenniet blivit mycket populärt och används inom flera olika områden. Bland dem som präglat begreppet mest nämns ofta Robert Putnam och hans uppmärksammade bok ”Den ensamme bowlaren” (2000). Boken har bidragit till att lyfta fram socialt kapital som ett centralt begrepp för att förstå betydelsen av de sociala nätverk som finns. Kunskapen om socialt kapital har bland annat visat sig användbar i frågor som rör lokal eller regional utveckling och tillväxtprogram, och begreppet har därför stor relevans för både samhällsplanering, ekonomi och folkhälsa.

[7] (jfr Bateman, 1996, Pearce & Turner 1990; Barbier 1991; Turner 1991; and Bateman & Langford 1997)

Inte bara inom områden som statvetenskap och sociologi, utan även inom området ekonomi är begreppet socialt kapital centralt. Begreppet används för att poängtera de sociala relationernas betydelse för ekonomisk utveckling (Woolcock & Narayan 2000). Inte minst Världsbanken har uppmärksammat teorin om socialt kapital som en betydelsefull faktor i arbetet för fattigdomsbekämpning. Bland ekonomer anses bl. a. Glenn Loury ha bidragit med nya insikter och han använder begreppet för att analysera ekonomisk ojämlikhet kopplat till etnisk tillhörighet (Loury, 1998).

Även om begreppet socialt kapital som nämnt fått stor genomslagskraft, råder ingen enhetlighet kring hur begreppet bör definieras och användas. Än tydligare blir denna inkonsistens när det kommer till operationalisering och mätning av begreppet (Macinko & Starfield 2001).

I den internationella litteraturen finns ett dussintal kunskapsöversikter om socialt kapital att tillgå, som beskriver begreppets bakgrund, definitioner och användning inom olika områden (bl.a. Portes 1998, Woolcock & Narayan 2000 och Macinko & Starfield 2001).

Ekonomisk betydelse av termen – socialt kapital

Enligt världsbanken har socialt kapital viktiga implikationer för ekonomi och utvecklingsfrågor. Uppfattningen är att socialt kapital kan kopplas samman med de aspekter som brukar lyftas fram för att tillförsäkra en hållbar utveckling. Dessa har tidigare hänvisats till som faktorer och benämns av världsbanken som bland annat. – utbildning, hälsa, välfungerande politiska institutioner och fria marknader som kan konkurrera på den globala marknaden. (www.worldbank.org/poverty/scapital)

Världsbankens definition av socialt kapital:

> *"…refers to the institutions, relationships, and norms that shape the quality and quantity of a society's social interactions. Increasing evidence shows that social cohesion is critical for societies to prosper economically and for development to be sustainable. Social capital is not just the sum of the institutions which underpin a society – it is the glue that holds them together."*

(http://www.worldbank.org/poverty/scapital/whatsc.htm)

Till skillnad från Världsbanken använder Glen Loury (2000) begreppet socialt kapital i sina arbeten om ekonomisk ojämlikhet kopplat till etnisk tillhörighet. Han menar att socialt kapital bör användas för att komplettera eller utöka teorin om humankapital och på så sätt möjliggöra analyser av ojämlikhet mellan befolkningsgrupper. De dominerande ekonomiska teorierna är alltför individualistiska när de främst fokuserar på individens humankapital för att kunna konkurrera om möjligheter och förmåner. Den enskildes investeringar i produktiva färdigheter är inte enbart kopplat till de egna resurserna, utan också till hennes position i den sociala strukturen. Loury (ibid.) visar i sina studier att oavsett humankapital har unga svarta arbetare svagare förbindelser på arbetsmarknaden och därmed också brist på information om möjligheter. Etnisk tillhörighet påverkar vilka sociala nätverk man har tillgång till, och dessa nätverk har i sin tur en betydande inverkan på individens möjligheter. I alla samhällen finns sociala klyftor

mellan olika grupper. Människor väljer vänner, äktenskapspartner, bostadsområden, skolor till barnen o.s.v. och faktorer som ras-, etnisk- och klasstillhörighet påverkar dessa val. En viktig förklaring till ojämlikhet mellan grupper blir därför geografisk och social segregation, vilket leder till att individens möjligheter att förvärva färdigheter beror på de färdigheter som andra inom samma grupp har uppnått (Loury 1998). Ekonomiska analyser utgår ofta från en självständig aktör som agerar för att göra det bästa av tillgängliga möjligheter, och att alla individer i ett fritt samhälle kan nå en rättvisande nivå i enlighet med deras kompetens. Denna utgångspunkt är ofullständig, och räcker inte för att förstå hur t.ex. rasistisk ojämlikhet består över tiden. De sociala nätverk som individen har tillgång till har en långsiktig påverkan på individens tillgång till olika resurser. Från den dag vi föds påverkas vi av de sociala sammanhang vi tillhör. Individens utveckling – vad och vem hon blir – får näring ur dessa sammanhang (Loury 1998, 2000).

Michael Woolcock och Deepa Narayan (2000) har gjort en genomgång av forskningsområdet socialt kapital och analyserat hur det kan kopplas samman med ekonomisk utveckling. Enligt deras uppfattning så innebär socialt kapital följande:

"…refers to the norms and networks that enable people to act collectively".
(Woolcock & Narayan s. 225)

Författarna menar att denna kortfattade definition tjänar flera syften; dels fokuserar den på *källorna* till socialt kapital, snarare än på effekterna av socialt kapital, dels tillåter denna definition införlivande av flera olika *dimensioner* av socialt kapital. Författarna förespråkar *lokalsamhället* som den primära analysnivån för socialt kapital (istället för individer, hushåll eller staten), men uppmärksammar ändå att enskilda individer och hushåll i ett lokalsamhälle kan tillägna sig socialt kapital, och att det sätt varpå lokalsamhällen är organiserade också är beroende av den övergripande staten.

2.5. Kulturattraktioners potential att utveckla regioner

Vi utgår idag från att investeringar i en kommun har effekter på flertalet aktörer i ett geografiskt område runt kommunen. Det spelar mindre roll i vilken bransch investeringen görs. Den kommer att påverka kommunens resultaträkning, medborgarna och näringslivet.

Investeras resurser i ett företag som agerar lokalt skapas sannolikt arbetsplatser i kommunen som har effekter på kommunens och statens ekonomi. Även andra företag påverkas av investeringen eftersom en större arbetande befolkning ökar konsumtionen. Ökad konsumtion kräver en ökad produktion och fler arbetstillfällen skapas för invånarna. En under senare decennier ökande rörlighet bland arbetstagare har lett till att det finns en risk att arbetstagare från andra regioner konkurrerar om jobben.

Antalet arbetsplatser som en investering skapar beror till stor del på i vilken bransch pengarna investeras. Är branschen serviceintensiv, dvs. att produktionen till stor del är beroende av den mänskliga faktorn skapas förhållandevis många arbetsplatser. Om produkten istället är en standardiserad materiell produkt som

produceras av maskiner minskar behovet av mänsklig insats och följaktligen skapandet av arbetsplatser.

En annan variabel som har betydelse för hur effekterna av en investering kan uppskattas är beroendet av resurser och produkter som krävs för själva produktionen. Det handlar om två aspekter: Sker det en stor eller liten värdeökning genom produktionen och måste flertalet av de resurser som skapar värdeökningen importeras eller produceras inom kommunens geografiska område.

En annan aspekt, som måste räknas in, är vem det är som investerar pengar eftersom detta har betydelse för vem som skapar effekter, vilket syftet och vilken nytta som eftertraktas. En person/konsument kommer troligen inte att investera privata pengar i ett projekt som han/hon inte kommer att tjäna på personligen. Ett företag är mer medveten om sin betydelse och allmänna nytta och kommer således överväga sina beslut att investera pengar i förhållande till omvärlden. Medvetenhen om detta har lett till att företag i större utsträckning än förr förhandlar med bl.a. kommuner för att få subventioner för allmännyttiga investeringar. Till skillnad från privatpersoner och företag har kommuner till uppgift att främja invånarnas välfärd.

Det finns idag ett stort antal studier som analyserar utvecklingen för olika kulturarv, (Ståle & Navrud, 2001) teatrar, festivaler m.m. I följande avsnitt ska ett fåtal fallstudier återges för att ge en förståelse för hur dessa utvärderingar ser ut och vilka resultat de har genererat.

Tweed and Sutherland (2007) undersöker hur kulturella attraktioner påverkar och bidrar till befolkningens nöjdhet (satisfaction), genom att bidra till gemenskap. Forskarna fokuserar på hur olika generationer och delar av samhället kan sammanföras genom symboliska byggnader. Författarnas undersökningsobjekt är Victoria Square i Belfast. Undersökningen visar att projektet bidrar ekonomiskt och socialt genom en utökning av detaljhandeln. De främsta effekterna är, enligt författarna, sysselsättning, kommersiell utveckling, bostads- och fritidsutveckling, samt att en bortglömd och förfallen del av staden restaureras.

En faktor som Tweed och Southerland inte nämner i sin artikel är betydelsen av kultur som kan influera människors val av bostadsort. Lisbeth Lindeborg (2007) refererar till befolkningsutvecklingen i Liverpool som ett exempel på hur kultur kan användas för att reducera eller stoppa avfolkning/utflyttning. Från 1960-talet fram till 1993 minskade befolkningen i Liverpool Meyerside med 300 000 personer – från 750 000 till 450 000. Vad som krävdes för att få stopp på avfolkningen var en ändring av den negativa bild som Liverpool hade, som en stad med låg utbildning, gammal industri och hög arbetslöshet. Med investeringar i universitet och skolor samt satsningar på kulturella attraktioner har Liverpool de senaste åren lyckats dra till sig en växande kreativ klass. Idag framstår Liverpool som en ”City of learning” och kulturellt attraktiv region med högutbildad arbetskraft , delvis förstärkt genom UNESCOs utnämning av Liverpool till världsarvsstad. En utvecklingsmotor som framhålls som speciellt viktig inom den kulturella utvecklingen är Liverpool Philharmonic Orchestra som är världsberömd. Utöver det var Liverpool 1999 och 2001 värd för den årliga brittiska musikmässan, en festival som drog över 300 000 besökare. Bland annat genom satsningar på

kultur har Liverpool lyckats nå den lägsta arbetslösheten på över 40 år, medan avfolkningen har vänts för första gången på 70 år. (Lindeborg, 2007)

Ett annat bra exempel där kultur har bidragit positivt till den kommunala utvecklingen är Montichiello som är en liten by i Italien. För 50 år sedan lämnade de flesta i den unga generationen staden på jakt efter lycka och framgång. Den kvarvarande äldre befolkningen vägrade dock att ge upp staden som befann sig i förfall på grund av uteblivna investeringar och ökande arbetslöshet. För att hindra utvecklingen och förmå de kvarvarande ungdomarna att stanna kvar i staden fick man de unga människorna som hade blivit kvar i byn att delta i en teaterpjäs. Teaterpjäsen skulle handla om byn Montichello. Uppsättningen av teaterpjäsen vände inte bara utvecklingen utan drog allt eftersom åt sig först uppmärksamheten i regionen Toscana och därefter även internationellt intresse. Idag har Montichiello en internationellt känd teater – autodrama, som lockar publik från hela världen. I byn har detta lett till en utbildning av teatertekniker, skådespelare och administratörer och även initierat andra kulturinsatser som museer. (Lindeborg, 2007)

Ett sista exempel som visar vilket värde kulturinstitutioner kan ha är studien rörande den kungliga teatern i Köpenhamn (Bille Hansen, 1997). Målet med undersökningen är att värdera en i egentlig mening ”offentlig produkt”[8]. Hennes ambition är att använda sig av Contingent Valuation-metoden för att estimera besökarnas och även Danmarks befolknings värdering av teatern. Anledningen till att genomföra undersökningen är att se om det rent värdemässigt är rätt att subventionera kulturella institutioner med skattemedel. Vad hon frågar sig är helt enkelt om teatern är värd pengarna?

Hennes resultat pekar på att den danska befolkningen är beredda att betala mer än underhållet av teatern kostar. Medan de årliga offentliga subventionerna uppgick till 321 mkr[9] så angav befolkningen att de var beredda att betala 742 mkr för att bevara teatern.

[8] Egen översättning av: Public good
[9] Dagens värde

3. Delprojekt 1 – Varas ekonomiska utveckling

Denna delstudie baseras på befintliga (sekundära) data. I huvudsak består den av en beskrivning och jämförelse mellan två olika kommuner varav en kommun med spektakulär kultursatsning och en jämförelsekommun utan spektakulär kultursatsning (Baade and Dye 1988). Ambitionen är att söka efter skillnader i kommunernas utveckling som kan kopplas till existensen av en kulturattraktion. Beroende på tillgänglighet kommer kommunernas utveckling under de senaste 10-30 åren att vara intressant.
Syftet är

- att kartlägga alla databaser som är användbara för en studie av denna typ (App. I).
- att jämföra utveckling i kommunerna
- att diskutera indikatorer som visar effekten av kultursatsningar
- att generera ytterligare uppslag för fortsatta studier

3.1. Forskningsbakgrund

För att förstå hur en kulturinstitution kan bidra till kommunal utveckling är det nödvändigt att förstå de mekanismer som kan leda till mätbara förändringar. I största allmänhet kan man säga att en kulturinstitution ökar omsättningen i en kommun genom attraktionen av sponsorer och besökare vilket i sin tur även medför en ökning av sysselsättning, inkomster och skatteintäkter (Navrud och Ready, 2002). Med andra ord så ökar den totala efterfrågan i kommunen. Denna förenklade bild av en kulturinstitutions effekter på en kommun väcker tron att en befintlig kulturinstitution alltid bidrar positivt till den lokala ekonomin. Så är dock inte alltid fallet. I den förenklade modellen finns flertalet komplikationer som kan leda till att effekterna inte alls behöver vara positiva. Snarare har många efterhandsstudier haft problem att över huvud taget kunna mäta effekterna och att effekterna ofta har mycket ringa eller obefintlig betydelse (Baade, 1996).

Att genomföra studier kring kulturinstitutioners effekter är mindre vanligt från ett samhällsekonomiskt perspektiv. Däremot finns det ett antal studier inom angränsande områden som t.ex. elitlags och arenors betydelse för en kommun (Baade, 1996 och Bohlin, 1998), men även betydelsen av evenemang (Bille Hansen, 1997, Andersson, 1985, Armbrecht och Lundberg, 2005) samt av kulturinstitutioner och fornlämningar (Navrud och Ready, 2002).

Genom att upprätta en ny kulturinstitution och i ett senare skede subventionera bl.a. hyran lockas professionella och kända artister till olika orter. Men utöver att kommuninvånarna får ett rikare utbud, vilka är de ekonomiska skälen för investeringarna? En orsak är den ökade ekonomiska omsättningen och attraktionskraften. Kommuner och Sverige som land vill vara med och slåss om arbetstillfällen och skatteintäkter som man antar att kulturattraktionen kan ge. Även den mediala uppmärksamhet som kommunerna får spelar in då detta ger direkta effekter på deras image.

En annan orsak till varför kommuner och politiker tenderar att investera i stora kultur- eller sportrelaterade satsningar är den flod av ekonomiska studier som visar

på de fördelar som en attraktion kan medföra. Ofta genomförs dessa studier dock för att rättfärdiga och bekräfta den finansieringsplan som politiker har utarbetat (Crompton, 1995). I vissa fall ingår kultursatsningar även i en större strategisk plan för kulturell utveckling vilket innebär att det helt enkelt är nödvändigt att bygga en kulturinstitution av större mått för att kunna hysa planerade evenemang. Även i dessa sammanhang är ekonomiska studier som stödjer investerings- och underhållsplanerna vanliga.

Att mäta förändringar i en kommun, pga. en kulturell investering, förknippas ofta med att undersöka ökningen av inkomst per capita i respektive kommun. Oftast är det existensen eller byggnationen av en kulturinstitution som tas som variabel. Ett grundantagande som görs är att konserthuset i sig inte genererar arbetsplatser förutom under byggnationen, utan att det är evenemangen som hyses i lokalerna som genererar arbetstillfällen. Konserthuset ger så att säga möjligheten till att generera positiva effekter, men deras storlek beror på vilka föreställningar och evenemang man planerar.

Kultur anses vara en viktig faktor som avgör vart människor flyttar (Lindeborg, 1994). På grund av att orter eller regioner med ett stort kulturellt utbud framför allt attraherar välutbildade individer söker sig även företag som är i behov av välutbildad arbetskraft till dessa orter (Lindeborg, Myerscough, 1988). Kultur har således effekter på befolkningsstorleken i ett område. Andra viktiga faktorer som bidrar till ett ökat intresse i kultursatsningar är den ökade kunskapen om kulturens betydelse för hälsan. Idag vet man att kulturaktiviteter kan vara hälsofrämjande och utgöra ett värdefullt komplement till rehabilitering och behandling (Vetenskapsrådet, 2008)[10]. Även mellan nyttjandet av kultur och livslängd finns det idag positiva samband (ibid.).

3.2. Studiens subjekt och undersökningsnivå

Utgångspunkten är att identifiera skillnader i två kommuners utveckling som tillkommit på grund av satsningar på en kulturattraktion. Valet av Vara och Falköping som studieobjekt gjordes genom en mindre förundersökningar samt diskussioner med personer som anses vara välinformerade om kulturutbudet och kultursatsningar inom Västra Götaland. För att kunna genomföra studien valdes Vara kommun som har investerat pengar i en spektakulär kulturattraktion samt Falköpings kommun som ett exempel som inte har genomfört någon spektakulär kultursatsning.

Ett annat kriterium var att hitta en kommun vars satsning skedde för mer än fem år sedan, för att kunna spåra effekterna till just attraktionen och följa den kommunala utvecklingen. I övrigt ansågs det vara viktigt att kommunerna var så lika som möjligt, vilket innebär att de förutom attraktionen skulle vara jämförbara i exempelvis storlek och läge.

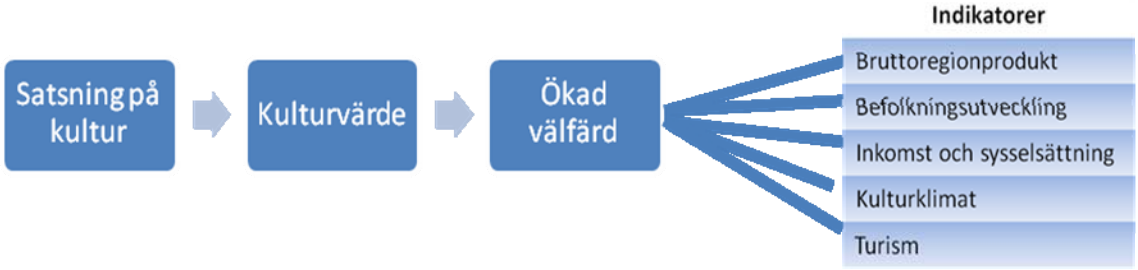
För att kunna jämföra kommunerna ansågs sekundär data vara nödvändig på grund av den enorma kvantiteten av data och dess tillgänglighet. Samtidigt innebär användandet av sekundär data att det finns vissa begränsningar i hur fullständig

[10] www.vr.se: 2008-09-15

data man får, vilka tidsserier som finns tillgängliga och hur tillförlitlig befintlig data kan anses vara. De databaser som användes och rekommenderas för framtida, liknande undersökningar är tillgängliga som bilaga.

3.3. En jämförelse av kommunerna – en introduktion

I följande avsnitt kommer utvecklingen i Vara och Falköping jämföras. Syftet är att om möjligt se skillnader i utvecklingen som beror på kulturpolitiska beslut och satsningar. Figur 8 visar de indikatorer som anses vara relevanta för att analysera om konserthuset haft betydelse för Varas välfärd.



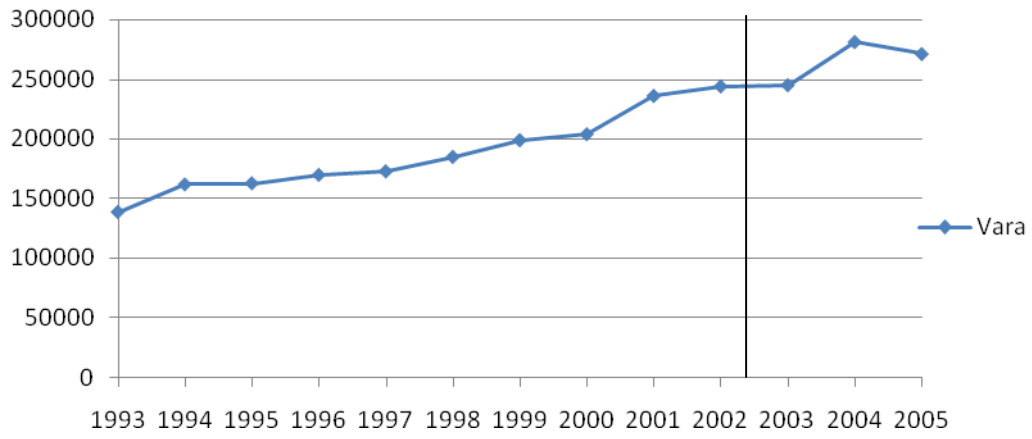
Figur 8: Relevanta indikatorer[11]

Figuren visar utöver indikatorerna även tankeschemat som ligger till grund för den kommande analysen. Ett första steg är att skapa förutsättningar för regional tillväxt. Om förutsättningarna sedan faktiskt leder till tillväxt har detta effekter på miljö, välfärd, hälsa, m.m. Indikatorerna anses således vara relevanta för att undersöka om och till vilken grad, Vara och de andra kommunerna haft en positiv ekonomisk utveckling[12].

3.3.1. Bruttoregionprodukt

Bruttoregionalprodukt (BRP) är motsvarigheten till Bruttonationalprodukt (BNP), men på en regional nivå och mäter produktionen av varor och tjänster i en avgränsad ekonomi – i detta fall kommuner. Summan av Bruttoregionalprodukten per arbetsför invånare kan summeras till kommunens totala BRP[13]. Figuren nedan visar på en betydligt starkare tillväxt av Bruttoregionalprodukten i Vara än i Falköping. Den starka tillväxten började 2000. Men även under år 2003 har Vara kommun till skillnad Falköping haft en stark ökning. Mellan år 2000 och 2006 har bruttoregionprodukten sammanlagt vuxit med 33 % i Vara medan bruttoregionprodukten i Falköping endast ökat med 18 %.

[11] jfr Björklund och Tegsjö(2007) Nordiska Statistikmötet – Vilka egenskaper hos regionerna leder till ekonomisk tillväxt. www.scb.se
[12] (Björklund och Tegsjö, 2007) Nordiska Statistikmötet– Vilka egenskaper hos regionerna leder till ekonomisk tillväxt. www.scb.se
[13] www.scb.se

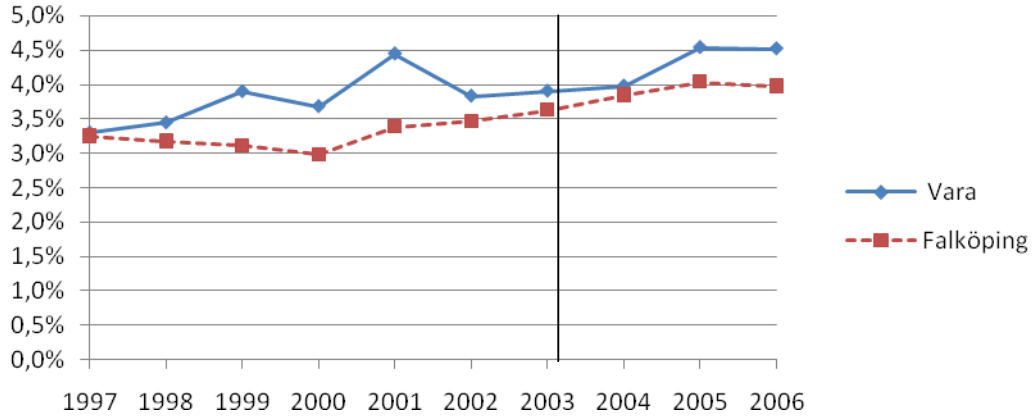


Figur 9: Bruttoregionprodukt per invånare[14]

I nästa steg ska fler indikatorer analyseras. Björklund och Tegsjö (2007) nämner i sin rapport bland annat Befolkningsutveckling och Näringslivsutveckling.

3.3.2. Befolkningsutveckling

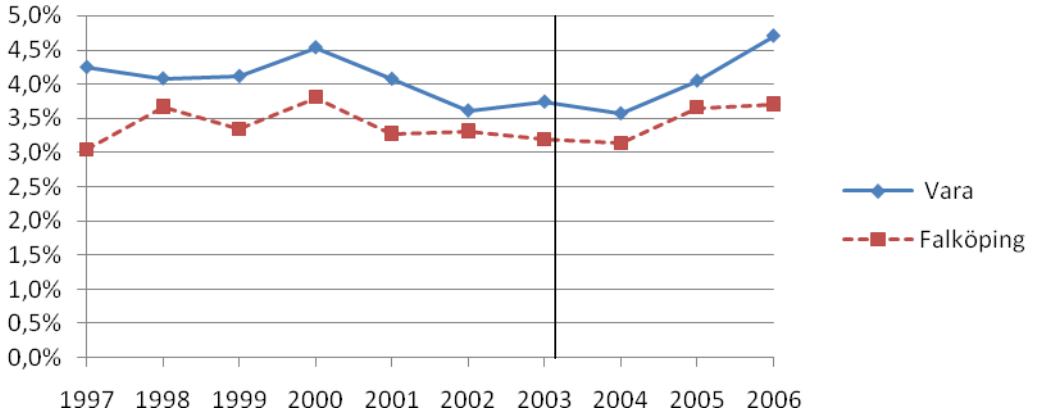
Utgår man ifrån att kultur bidrar med värde för befolkningen och således ger kommunen en konkurrensföredel i form av livskvalité så kan det påverka in- och utflyttningen (Lindeborg, 1991). Det är därför enligt ekonomisk forskning skäligt att in- och utflyttningen från en kommun kan vara en indikator på en spektakulär kultursatsning. Figur 10 visar att inflyttningen relativt till befolkningsmängden är högre än inflyttningen till Falköping. Framför allt sedan 2004 har det skett en ökning av personer som flyttar till Vara.



Figur 10: Inflyttningar till kommunerna

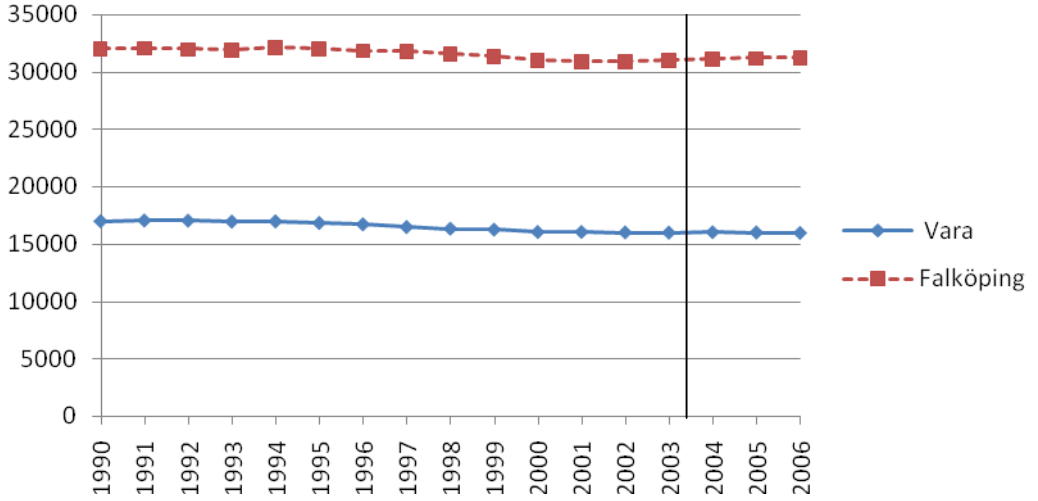
För kommunen är emellertid inte bara inflyttningen intressant utan även utflyttningen. Antalet inflyttningar måste därför sättas i relation till med antalet utflyttningar under samma period.

[14] Pantzare Information AB



Figur 11: Utflyttningar ur kommunerna

Samtidigt som Vara haft en ökande inflyttning under senare år så visar Figur 11 att utflyttningen ökat. Framför allt under åren 2004 till 2006 har utflyttningen ökat markant. Även om Falköping visar samma tendens har ökningen här varit mildare. Vilken effekt in- och utflyttningen har på den befolkningsutvecklingen syns nedan.



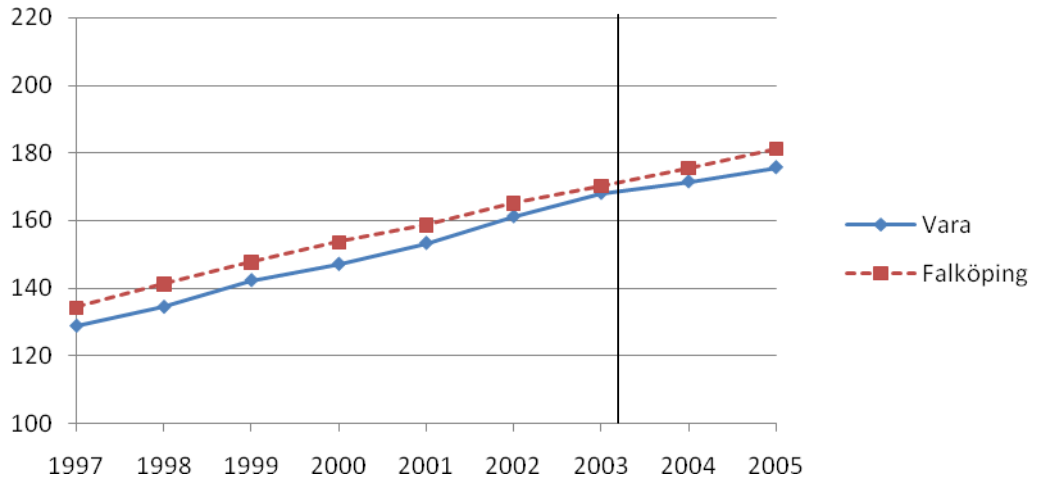
Figur 12: Kommunernas befolkningsutveckling mellan 1970 och 2006[15]

Figur 12 visar befolkningsutvecklingen i kommunerna mellan 1990 och 2006. I Vara och Falköping har antalet invånare inledningsvis sjunkit något, vilket kan förklaras med en gradvis urbanisering (SCB). Mellan 1990 och 2003 har befolkningen sjunkit med närmare 6 % i Vara respektive 3 % i Falköping. Mellan 2003 och 2006 har befolkningen i båda kommunerna emellertid varit konstant. Konserthusets byggnation verkar således inte haft en märkbar effekt på befolkningsutvecklingen. Beträffande relationen mellan män och kvinnor som bor i respektive kommun så visar en analys[16] att antalet kvinnor i Vara ökar i relation till män fram till år 1996. Då var andelen kvinnor av den totala befolkningen 49,7 %. Därefter sjunker antalet kvinnor i kommunen till 48 % fram till år 2006.

[15] www.scb.se, 2008-08-13
[16] Tillhörande tabeller återfinns i Appendix 3

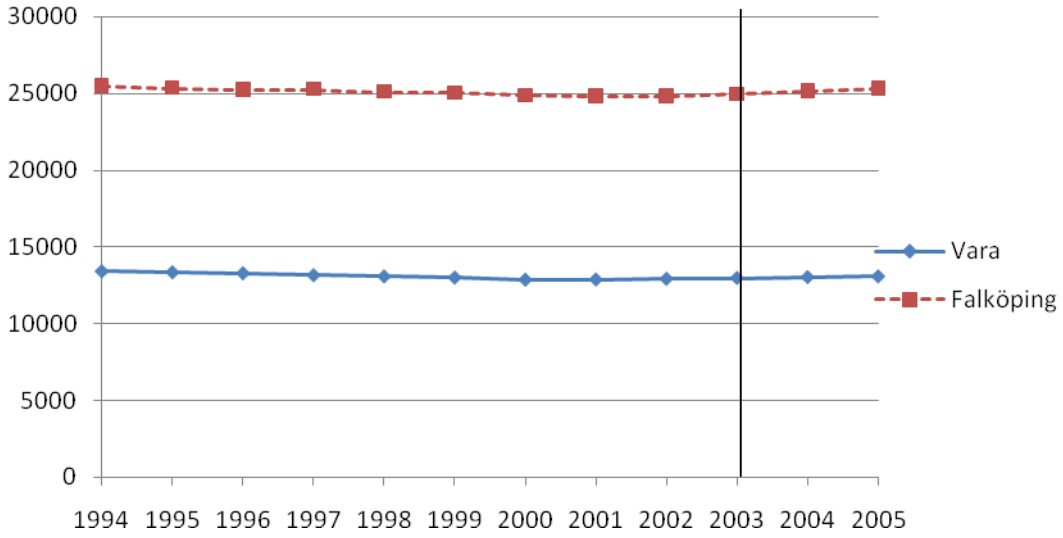
3.3.3. Inkomst och sysselsättning

I nästa figur visas förändringen i medelinkomsten hos kommunerna. Tydligt för båda kommuner är att de haft en konstant ökning av medelinkomsten mellan 1991 till 2005. Ökningen uppgår till ca 60 % under perioden.



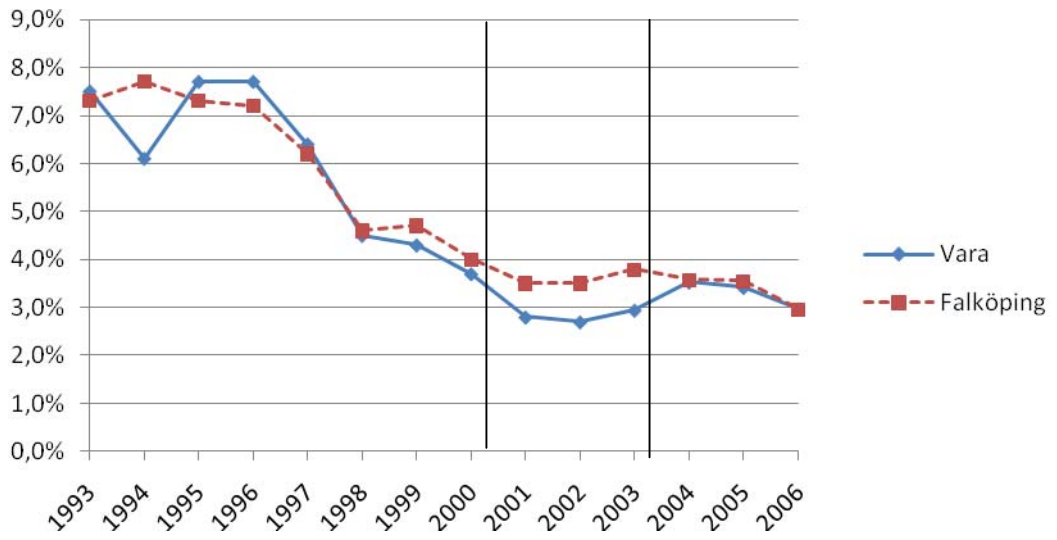
Figur 13: Jämförelse av medelinkomsten

Man kan också lägga märke till att Vara kommun hade en något större ökning mellan 2002 och 2003 än Falköping. En möjlig förklaring till denna ökning är byggnationen av konserthuset. Även om medelinkomsten ökar så verkar det inte bero på att många fler har arbete. Figuren nedan visar de senaste årens utveckling av antalet personer med förvärvsinkomst.



Figur 14: Antal personer med förvärvsinkomst

Ser man till arbetslösheten i kommunerna följer de samma utveckling och ligger idag på liknande nivåer. Utvecklingen följer till synes den i riket rådande trenden. Varas arbetslöshet har, efter att ha varit lägre än i Falköping mellan 2001 till 2003 ökat sedan dess. Kommunerna har idag en identisk arbetslöshet..

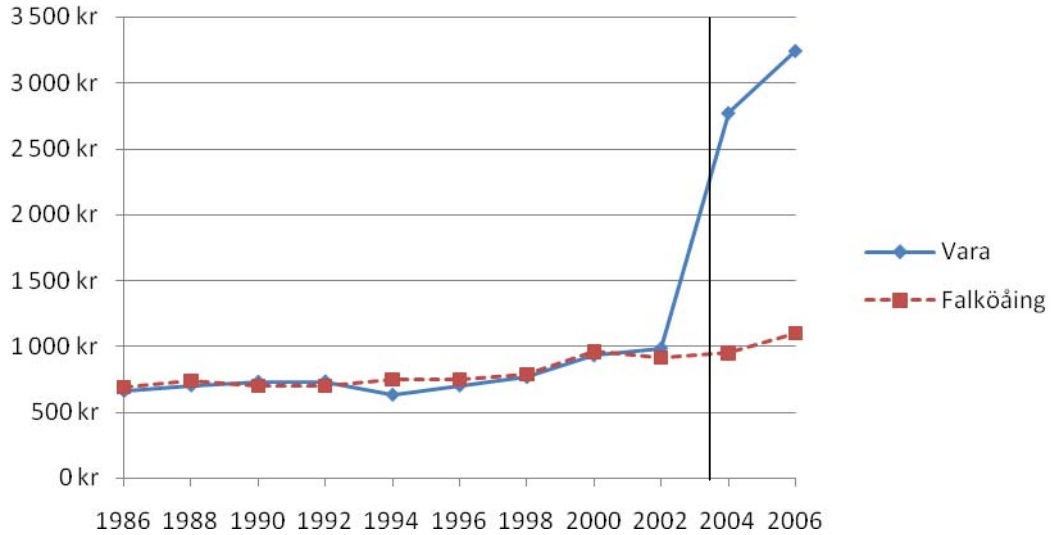


Figur 15: Arbetslöshet efter kommun och år

3.3.4. Kulturklimat

Kulturkostnad per invånare

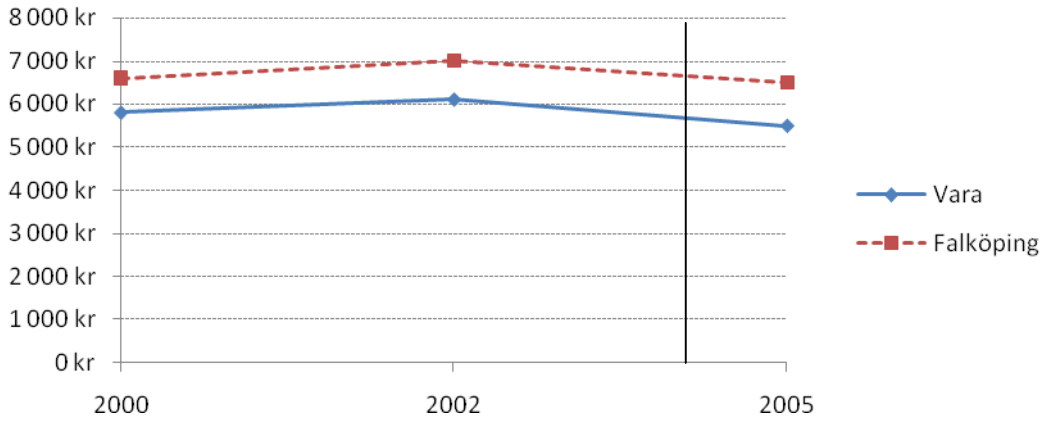
Även om kommunens utgifter per invånare, dvs. kulturkostnaden per invånare inte är ett mått på hur mycket eller vilken kvalité av kultur som tillhandahålls, kan den vara en indikator som avslöjar tendenser i kommunernas kulturpolitik. Om en kommun avviker betydligt i positiv eller negativ bemärkelse är det troligt att detta även återspeglar sig i kommunens kulturutbud i kvantitet och kvalitet.



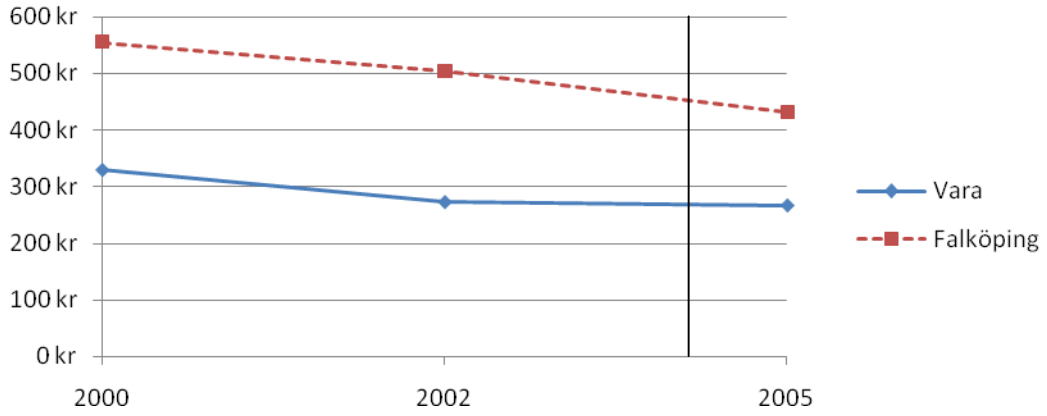
Figur 16: Kulturkostnad per invånare

Från att kommunerna sedan mitten 1986 har haft liknande utgifter för kultur per invånare har kostnaden för kultur i Vara ökat anmärkningsvärt sedan konserthusets byggnation. Detta får även genomslag i statistiken. Figur 16 visar att kostnaderna per person ökat med 230 % efter år 2002. Utgifterna i Falköping har emellertid endast ökat marginellt.

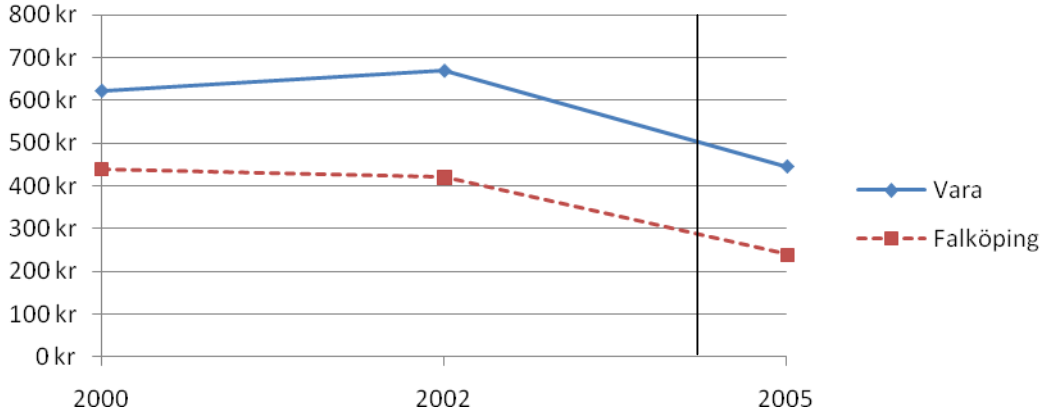
Nästa steg är att analysera hur övriga kultur- och fritidsrelaterade utgifter på kommunal nivå har förändrats. Tyvärr finns det i dagsläget ingen statistik över hur mycket resurser som investeras i exempelvis sport. Men även utvecklingen av utgifterna till andra kultursatsningar kan påverkas av en stor investering som konserthuset. I följande tre figurer visas utvecklingen av kostnad per invånare för musik-/kulturskola, studieorganisationer och bibliotek.



Figur 17: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för musik/kulturskola



Figur 18: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för studieorganisationer



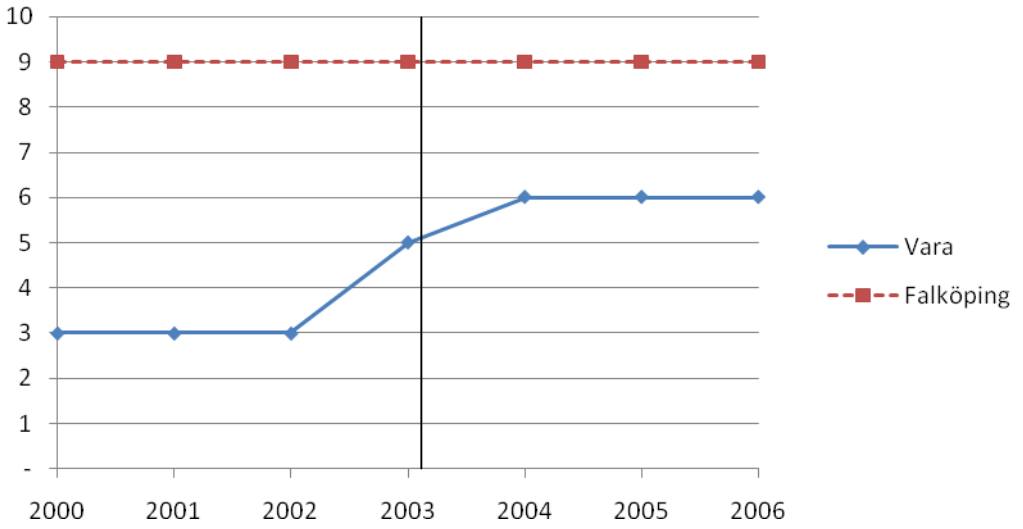
Figur 19: Kommunal nettodriftskostnad per invånare för bibliotek

Sammanfattningsvis kan man konstatera av de tre figurerna ovan att det inte har skett en nämnvärd förändring av övriga kulturutgifter och kulturklimatet i kommunen. Detta innebär att utgiftskategorierna inte kan anses vara av större relevans som indikatorer i denna studie. En oförändrad satsning på bibliotek, kulturskolor och studieorganisationer efter konserthusets etablering innebär därför att det inte drivs på bekostnad av annan kulturell verksamhet. Slutsatsen bör därför vara att kulturutbudet i kommunen har ökat.

3.3.5. Turism

Antal övernattningsenheter

Kultur har blivit en allt viktigare faktor i människors välfärd. Indikatorer för detta fenomen är bland annat den ökande kulturturismen runt om i världen. Forskning har visat att kulturella attraktioner är en dominerande anledning för människor att bege sig hemifrån för upplevelser på annan ort (Richards, 2007). Övernattningar anses vara en av de aktiviteter som skapar mest omsättning och arbetstillfällen på destinationen. Det är emellertid långt ifrån att alla destinationer med en kulturell attraktion gynnas av ett ökande antal övernattningar och härbärgen. Endast om besökarna ser en anledning till att övernatta skapas behovet av övernattningsmöjligheter. Lyckas en ort attrahera besökare som övernattar har detta i många fall positiva effekter på sysselsättningen då turistnäringen är en serviceintensiv bransch. Av varje spenderad krona går en relativt stor del till löner. I figuren nedan redovisas utvecklingen av övernattningsenheter i kommunerna.



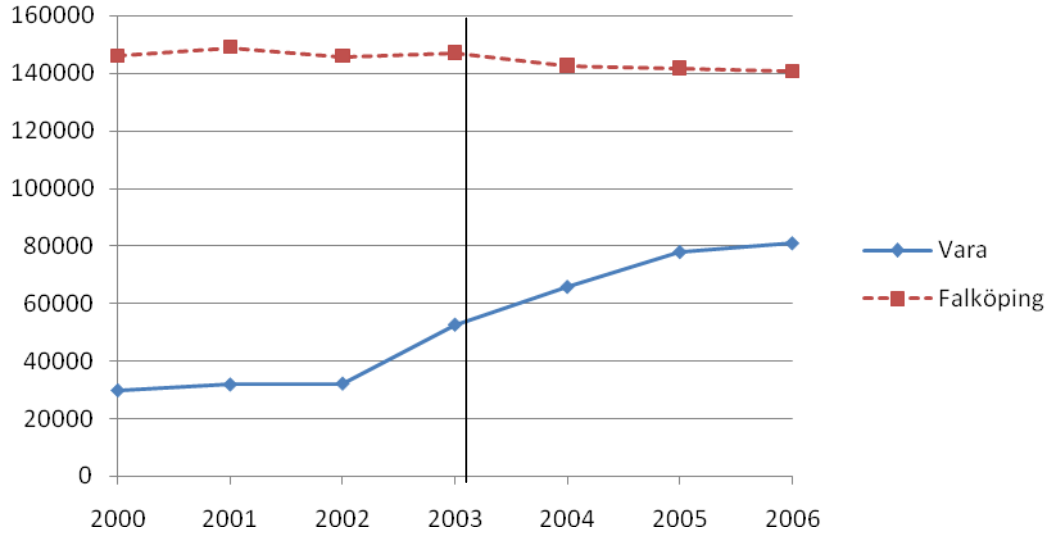
Figur 20: Antal övernattningsenheter i respektive kommun

Som framgår i Figur 20 så har antalet övernattningsenheter[17] mellan 2000 och 2006 ökat med 100 % i Vara. Att antalet övernattningsenheter ökar betyder att kapaciteten sannolikt också har ökat.

[17] Antal hotell, pensionat, campingplatser och vandrarhem

Ett bättre mått på en destinations övernattningskapacitet är antalet disponibla bäddar. Detta nyckeltal återspeglar alla bäddar som är tillgängliga under ett år. Övernattningsenheters storlek inkluderas således i nyckeltalet.

Sammanlagda antalet bäddar i samtliga övernattningsenheter*365

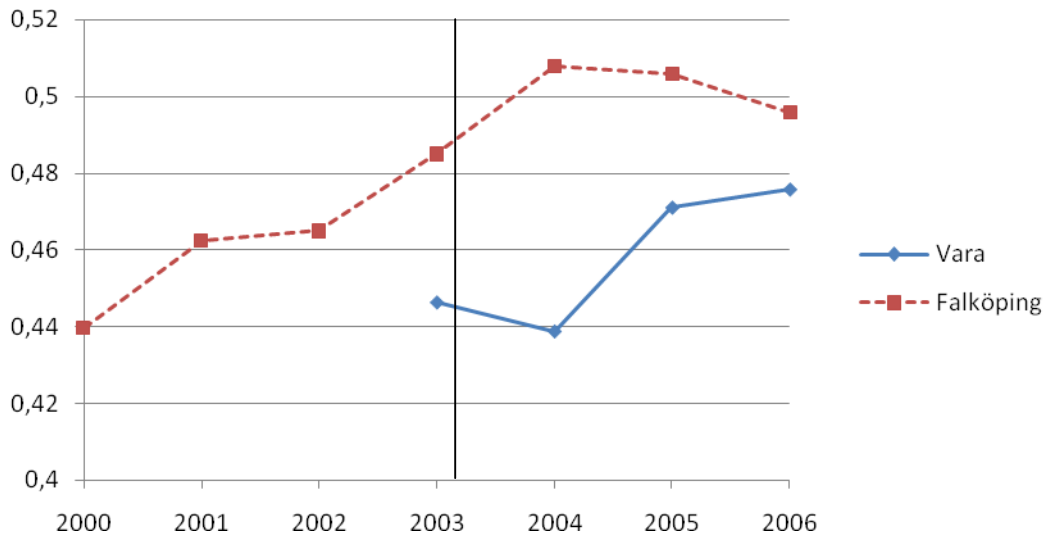


Figur 21: Disponibla bäddar

Figur 21 ger en annorlunda bild av kapaciteten i kommunerna. I Vara motsvarar ökningen av disponibla bäddar mellan 2002 och 2006 ökningen i enheter under samma tidsperiod vilket tyder på att de nya enheterna motsvarar de gamla i storlek (i genomsnitt). Ur grafen framgår det även att Falköping, trots att de har haft ett konstant antal enheter har tappat i antal bäddar. Detta är resultatet av att en enhet ersattes med en mindre under 2002/2003 och att vissa enheter har minskat sin kapacitet.

Kapacitetsutnyttjande

Motivet för att utöka kapaciteten beror ofta på att företag ser ett nuvarande eller framtida behov till ökad övernattningskapacitet. Utökas kapaciteten mer än tillväxten av efterfrågan så sjunker utnyttjandet av kapaciteten. Figur 22 visar att Varas företagare har byggt ut kapaciteten i samma takt som efterfrågan efter nya rum och bäddar ökat.



Figur 22: Kapacitetsutnyttjande

Utnyttjandegraden förändrades endast marginellt mellan 2003 och 2004 då kapaciteten utökades. Därefter har beläggningen per rum t.o.m. ökat i Vara. När kapacitetsutnyttjandet en viss nivå är det sannolikt att ytterligare kapacitetsutökningar genomförs. I Falköping har kapacitetsutnyttjandet minskat sedan 2004 trots att antalet disponibla bäddar sjunkit under samma period.

3.4. Välfärdsindikatorer

Ett antal välfärdsindikatorer som ”Index Of Social Progress” och ”Happy Life Expectancy” förekommer. Orsaken är att forskning har visat att kultur har betydelse för individers välfärd. Inom välfärdsforskningen dominerar mikroperspektivet, där välfärd knyts till enskilda individers livssituation. Under senare år har även makroindikatorer använts som beskriver infrastruktur för välfärd på nationell nivå. Hit räknas t.ex. arbetsmarknadens karaktär och välfärdsstatens omfattning. Vanliga faktorer som anses vara viktiga är bl. a. livslängd, arbetsmiljö, naturmiljö, jämställdhet, kulturell variation, BNP, befolkningssammansättning, utbildningsnivå, sysselsättning och arbetslöshet, inkomster, hälsa, demokrati, socialtjänst, säkerhet och trygghet m.m. Det primära målet med denna del av studien är att lyfta fram enstaka faktorer som kulturell variation, livslängd och jämställdhet och om möjligt rekommendera grupper av faktorer som kan tillämpas för att se om en kultursatsning har varit gynnsam för kommunen.

De generella välfärdsindexen utgår från ett mångdimensionellt välfärdsbegrepp som beskrivs i ett tiotal indikatorer inom dessa. Ett representativt urval av indikatorer vägs sedan samman. I praktiken spelar datatillgången en viktig roll. Om man bygger ett index för utvecklade länder med god statistiktillgång (t.ex. FN:s HPI-index för industriländer) är valmöjligheterna betydligt bättre än om syftet är att beskriva såväl i- som u-länder (t.ex. FN:s HDI eller Estes’ WISP). I praktiken anpassas alltså välfärdsbegreppet till tillgängliga data. I Sverige är datatillgången emellertid ett mindre problem. Vissa index låter många indikatorer bidra (Estes’ WISP respektive ZUMA:s index), medan andra väljer ett fåtal nyckelindikatorer som sorteras fram med faktoranalytiska metoder eller för att de bedöms som ”centrala” i välfärden (FN:s index). Indikatorrika index beskriver situationen bättre

och ger större utrymme för kompensation mellan indikatorer, och minskar risken vid kvalitetsbrister/tolkningsproblem av enskilda indikatorer. Indikatorfattiga index är däremot lättare att förstå och variationer och trender kan tydligare relateras till vissa nyckelfaktorer.

De faktorer som kan vara lämpliga för att undersöka indikatorer som tyder på kulturella satsningar som har lett till ökad välfärd och som samtidigt kvalificerar sig för både tillgänglighet av data och relevans på lokal nivå, redovisas nedan.

FN:s deprivationsindex
United Nations Development Program (UNDP) har publicerat ett välfärdsindex sedan 1975 (Human Development Index = HDI). För utvecklade länder rekommenderas numera ett deprivationsindex (som alltså inte mäter välfärd utan ofärd dvs. ju högre värde desto sämre), the Human Poverty Index (HPI-2), som bygger på fyra indikatorer (sannolikheten att inte överleva 60 år; vuxna utan funktionell läskunnighet, andel av befolkningen som har mindre än halva disponibla medianinkomsten, andel långtidsarbetslösa i minst 12 månader).

HLE –Happy Life Expectancy
Denna typ av välfärdsindex bygger på att intervjupersoner själva svarar för sammanvägningen av sin välfärd enligt olika välfärdskomponenter. En numera vanlig metod är att respondenter på en tiogradig numerisk skala (med värdena 1–10) får ange ”hur nöjd man är med sitt liv i helhet”. Genom att kombinera denna indikator med medellivslängden tillförs ytterligare en faktor som indirekt mäter objektiva förhållanden såsom miljöpåverkan (arbetsmiljö, naturmiljö, livsstil, deprivation) respektive utbud av sjukvård. Detta index baseras alltså enbart på två indikatorer, där medellivslängden i landet multipliceras med landets genomsnittliga tillfredställelse.

ZUMA:s välfärdsindex
ZUMA är ett tyskt forskningsinstitut, som har beräknat ett välfärdsindex för perioden 1985–1999. I beräkningarna ingår 25 indikatorer som mäter både individuella egenskaper (på mikronivå) och välfärdsaspekter på makronivå. Eftersom målsättningen har varit att mäta internationella välfärdsskillnader inom EU mäts varje lands välfärdsnivå i relation till bästa lands värde som satts till 100. I ZUMA:s index ingår följande indikatorer; BNP/ invånare, köpkraft per person, utgifter för utbildning i procent av BNP, andelen 15–24-åriga som går i gymnasiet eller högre utbildning, kvinnlig sysselsättningskvot, arbetslöshet, barnadödlighet, antal cigaretter/person, sociala utgifter/capita, järnvägsnät i km, trafikoffer/100 000 invånare, utsläpp av koldioxid och svaveldioxid, andel av de privata utgifterna som går till mat, TV-apparater/1 000 invånare, personbilar/1 000 invånare, andel 45–49-åringar som minst har gått gymnasiet, manlig medellivslängd, läkare/1 000 invånare, andel av BNP som går till socialt skydd, andel av BNP som går till primärenergi, andel personer som i sitt bostadsområde inte har besvär med vatten, buller, luftföroreningar, nedskräpning eller naturförstöring

3.5. Slutsatser och ytterligare forskningsbehov

I delprojekt 1 har fokus legat på att beskriva kommunutvecklingen sedan konserthuset öppnades. Denna beskrivning har kompletterats med en jämförelse

med Falköpings kommun som inte har genomfört någon spektakulär kultursatsning. Sekundära data från befintliga statistikdatabaser ligger till grund för analysen som visar att det finns tecken på att konserthuset har förändrat kommunens utveckling i en sådan mån att den kan identifieras i statistiken.

Konserthuset etablerades först i slutet på 2003. Därför har vissa effekter som i framtiden kanske kommer att visa en gynnsam befolkningsutveckling inte fått genomslag i statistiken än. En rekommendation är därför att göra uppföljningsstudier var femte år med samma eller liknande referenskommuner. Utgår man ifrån att kultur (och fritid) är en lokaliseringsfaktor i det postindustriella samhället (Lindeborg, 1991) så kommer även nya företag att etablera sig i och nära kommunen, vilket i sin tur har betydelse för befolkningsutvecklingen.

Ser man till effekterna som konserthuset har på turismbranschen så har denna varit gynnsam under de senaste fyra åren. Först och främst har en ökning av övernattningsenheter skett vilket i sin tur innebär att antalet disponibla bäddar har ökat avsevärt. Den positiva utvecklingen innebär att företagsverksamheten och antalet arbetstillfällen ökar. Även om företagen betalar skatt och genererar intäkter för kommunen, är det inte självklart att personerna som äger och jobbar i de nya företagen bor i Vara kommun. Figur 22 visar att det har skett en beläggningsökning trots ökad kapacitet.

Ett annat sätt är att använda sig av befintliga undersökningar. Det viktigaste är emellertid att man kan jämföra resultaten. Därför är det av yttersta vikt att flera kommuner genomför samma undersökning. SCB har utvecklat en sådan undersökning – Nöjd-medorgar-index. Även om det bästa alternativet hade varit att genomföra en undersökning innan och efter byggnationen av konserthuset kan en sådan undersökning ge en indikation på hur Vara kommun ligger till i relation till andra. Genom att samordna flera kommuner i Västra Götaland och genomföra undersökningar i olika kommuner med och utan kulturinstitutioner så skulle man eventuellt kunna hitta tendenser i hur nöjda medborgarna är. Undersökningen tar bland annat upp relevanta frågor som

- Medborgarna om *Vara kommun* som en plats att bo och leva på
- Medborgarna om *Vara kommuns* verksamheter
- Etc.[18]

Med stor sannolikhet så skapas värden av olika slag hos befolkningen som inte funnits tidigare. Både besökare och icke-besökare från kommunen, men även från regionen tar del av detta värde. Den största delen av värdet är osynligt och genereras i form av stolthet över kommunen, samtalsämnen vid matbordet och lycka/nöjdhet att ha möjlighet att ta del av det lokala kulturutbudet som håller hög klass. Dessa värden finns inte med i någon statistik som finns tillgänglig hos SCB eller andra företag utan endast inne i befolkningens medvetande. I delprojekt 2 är målet att värdera dessa faktorer och se hur betydelsefull Vara konserthus är för befolkningen. I teorin så skapar en kulturattraktion inte bara värden bland den lokala befolkningen utan även i ett större regionalt perspektiv. Därför kommer även denna undersökningsnivå att inkluderas.

[18] Hela enkäten finns tillgänglig på SCBs hemsida

4. Delprojekt 2 - Ekonomiska effekter som en följd av Vara konserthus

Baserat på resultaten av delprojekt 1 gjordes en mer detaljerad studie av de ekonomiska effekterna som Vara konserthus orsakar i Vara kommun. Data för detta delprojekt samlades in genom en enkätundersökning. Centralt för att beskriva den ekonomiska utvecklingen i den lokala ekonomin är utgiftsmetoden, där besökarnas utgifter tillskrivs olika branscher och/eller kategorier. (jfr Richards, 2007).

Syftet är:

- Att beskriva direkta ekonomiska effekter för Vara kommun
- Att mäta kommuninvånarnas värdering av ett ökat kulturutbud

4.1. Ekonomiska effekter som uppstår på grund av Vara konserthus

Till skillnad från andra produkter på marknaden så är kultur en resurs och produkt som ofta inte har något fast pris. Kulturekonomin befinner sig därmed i en liknande problematisk situation som miljöekonomin med nationalparker och friluftsbranschen, nämligen att behöva värdera produkter på annat sätt än genom att använda sig av marknadspriser.

På perfekta marknader allokerar marknadskrafter varor och tjänster på ett effektivt sätt. I avsaknaden av en perfekt marknad ingriper ofta aktörer för att fördela kulturella varor och tjänster. Staten, regionen och kommunen samlar in nödvändiga medel för att genomföra en för samhället mer fördelaktig fördelning av resurser som exempelvis kulturresurser. En av de vanligaste formerna är subvention av kulturella institutioner som på så sätt kan erbjuda kulturella produkter och tjänster till en större allmänhet. Statens ansvar är ofta att förse, bevara och förvalta kulturinstitutioner. Att kulturattraktioner är effektiva i att skapa positiva effekter är långt ifrån en självklarhet. I vissa fall kan kulturinstitutioners effektivitet i att använda resurser nå en nivå som ifrågasätter om alternativa investeringar inte skulle vara att föredra. Behovet att jämföra och utvärdera resursutnyttjandet och de värden som skapas har lett till att olika ”utvärderingsmodeller” har utvecklats.

4.1.1. Samhällsekonomisk modell för utvärdering av kulturinstitutioner

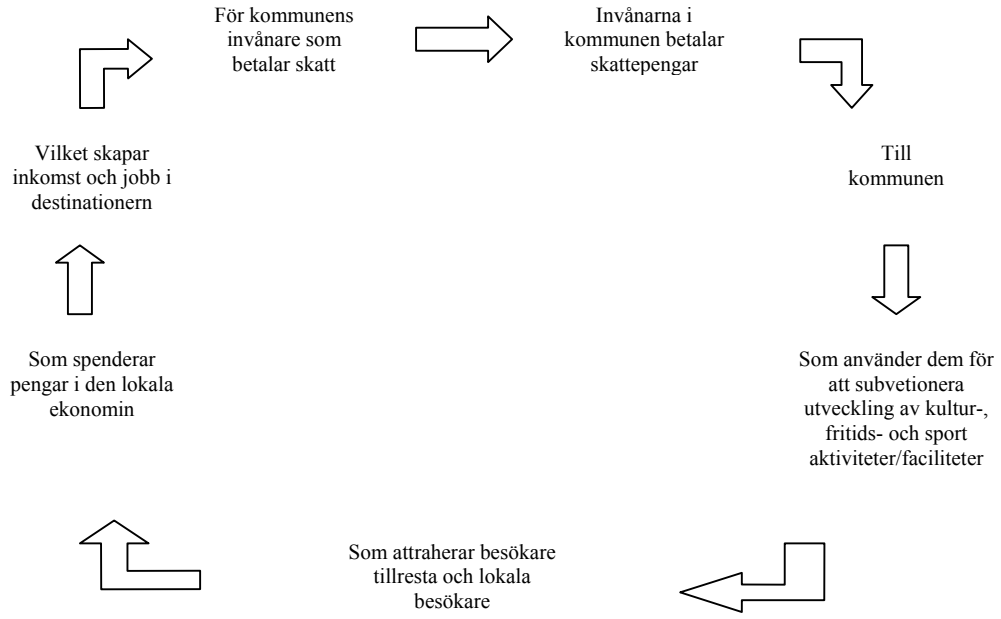
När man analyserar ekonomiska effekter finns det en viktig distinktion att göra, mellan företagsekonomiska effekter och samhällsekonomiska effekter. En restaurang som gör vinst i Vara är bra i sig (företagsekonomisk vinst) men effekterna av att driva en restaurang i en kommun är större än så. Å ena sidan finns det spridningseffekter av företagets intäkter som kommer andra delar av samhället till godo genom exempelvis löner och ytterligare konsumtion. Men framför allt skapas arbetstillfällen som ger invånarna i kommunen löner och kommunen skatter.

När man mäter de ekonomiska effekter och den omsättning som en restaurang eller Konserthuset skapar genom sin verksamhet är det från ett kommunal- och regionalpolitiskt perspektiv viktigt att skilja mellan den omsättning som uppstår på grund av konsumtion från de permanent boende och från besökare och turister från

andra kommuner, regioner eller länder (Löffler, 2006). Inköp och konsumtion av varor och tjänster av besökare utifrån genererar (turister) ett ”inflöde” av kapital till destinationen och enkäten måste därför skilja på lokala och tillresta besökare.

Nedan presenterar Crompton m.fl. (2001) ytterligare en grundförutsättning för att kunna göra en samhällekonomisk korrekt bedömning. Syftet med alla ekonomiska utvärderingar är att på ett korrekt sätt inkludera hela samhället och peka ut eventuella vinster och förluster.

Crompton m.fl. (2001) rekommenderar att man beräknar de ekonomiska effekterna från skattebetalarnas perspektiv när en stor del av finansieringen härstammar från skattepengar. Modellen betonar effekter för destinationens invånare.



Figur 23: En flödesmodell för kulturattraktioners effekter[19]

I figuren visas hur evenemangen finansieras av skattebetalarnas pengar, genom att bygga t.ex. kulturhus, tält, arenor, betala artister m fl. Idén är att attraktionen sedan attraherar besökare utifrån och inifrån destinationen som spenderar sina pengar både i eller i anslutning till attraktionen. De ”nya” pengarna skapar nya jobbtillfällen och högre inkomst för destinationens invånare, som i sin tur gör att staten/kommunen har större skatteinkomster och lägre arbetslöshet.

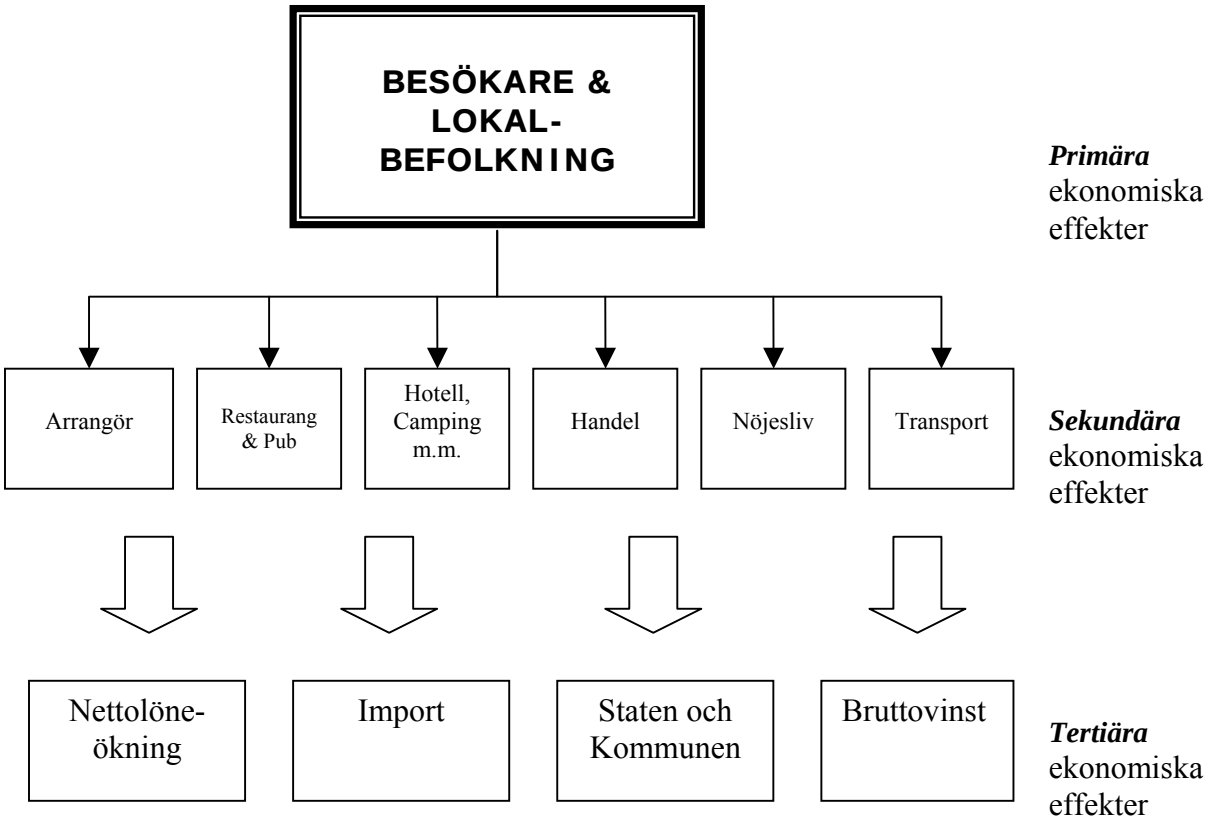
Studier för att mäta ekonomiska effekter av evenemang använder ofta komplicerade modeller men de indata som används kan vara mindre exakta och urvalet av vilka faktorer som skall medräknas kan ibland också vara en subjektiv process. Det betyder att kalkylerna som görs ska ses som ”a best guess” enligt Crompton m.fl. (2001). Eftersom studier ofta genomförs för att legitimera ett

[19] Jfr Crompton et al, 2001

projekt eller en ståndpunkt bör resultatet därför alltid betraktas i relation till syftet med studien.

Enligt Crompton m.fl. (2001) bör fyra principer anammas för att studiens integritet bibehålls och de är; exkludering av lokalbefolkningen i resultatet, exkludering av ”time-switchers” och ”casuals”, användande av mervärde istället för försäljning när ekonomiska effekter mäts och korrekt användande av multiplikatorer (se nedan)

För att åstadkomma ett korrekt resultat måste man därför exkludera effekter från s.k. ”time-switchers”, turister som hade rest till destinationen även om evenemanget inte hade ägt rum, men som flyttade avresedatum p.g.a. av evenemanget (Tyrrell & Johnston, 2001). Liksom ”timeswitchers” ska inte heller ”casuals” räknas med. ”Casuals” är enligt Gelan (2003) de turister som redan befann sig på destinationen, och passade på att besöka Attraktionen vid detta tillfälle. Attraktionen var dock inte den primära anledningen till att besökaren spenderade sina pengar i destinationen. En besöksgrupp som bör beaktas är de personer som bor i ett geografiskt område och som hade spenderat sina pengar utanför kommunens/regionens gränser om attraktionen inte hade funnits. För att beskriva ekonomiska effekter av evenemang, föreslår Andersson (1996) en modell som visas i figuren nedan. Figuren påvisar olika nivåer, där de ekonomiska effekterna av evenemang kan mätas:



Figur 24: En beskrivning av kulturattraktioners ekonomiska effekter[20]

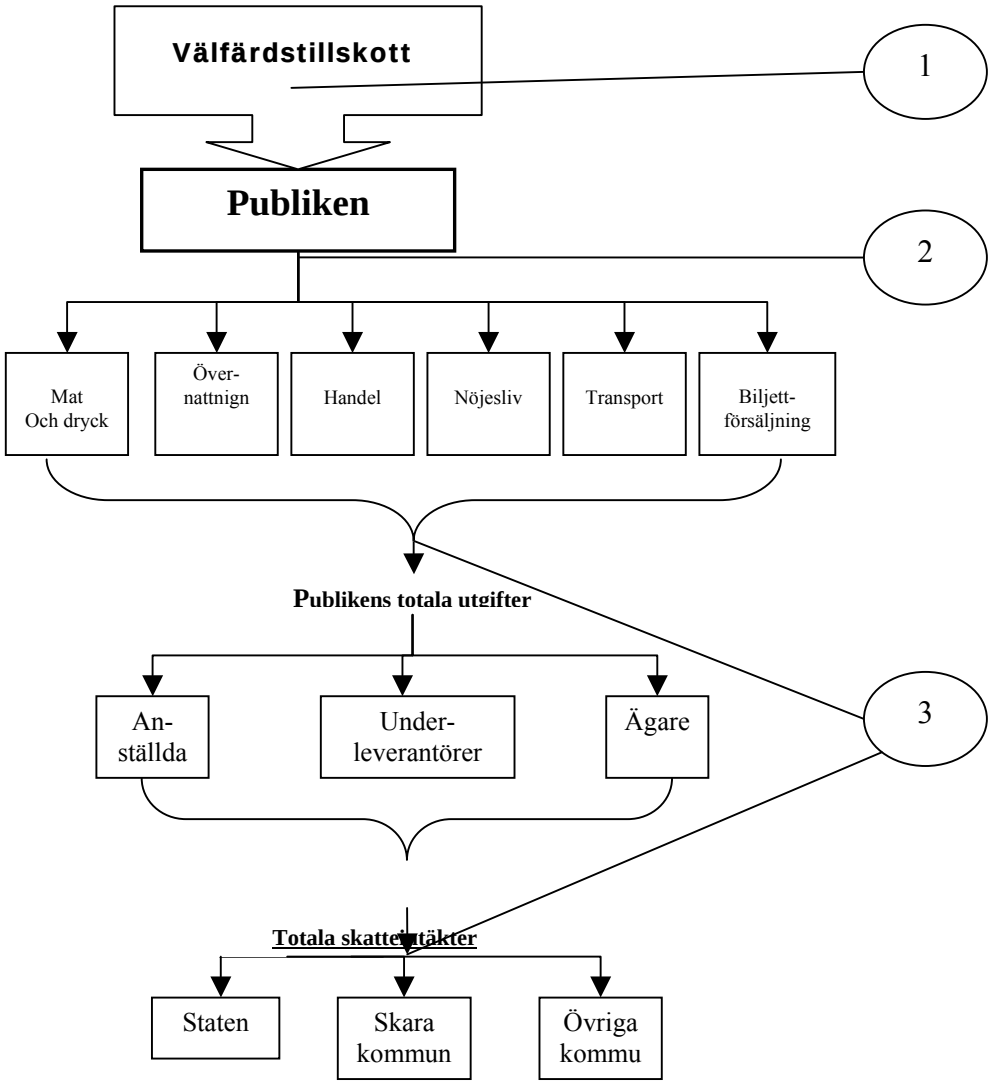
[20] Andersson, 1996

Primära ekonomiska effekter: Publikens och lokalbefolkningens värdering av att uppleva evenemanget

Sekundära ekonomiska effekter: Attraktionens ekonomiska effekter för näringslivet och de branscher på destinationen som påverkas av att evenemanget äger rum

Tertiära ekonomiska effekter: Attraktionens påverkan på den regionala ekonomin genom ökat mervärde i form av nettolöneökning, bruttovinstökning, ökad import samt ökade statliga och kommunala inkomster främst genom skatter.

För att undersöka vilka ekonomiska effekter en attraktion har kan man använda sig av följande struktur.



Figur 25: Ekonomiska flöden - källa: Andersson (1985)

Figuren påvisar olika nivåer, där de ekonomiska effekterna av attraktioner kan mätas:

1. Publikens och lokalbefolkningens värdering av att uppleva attraktioner
2. Attraktionens ekonomiska effekter för näringslivet och de branscher på destinationen som påverkas av att av att attraktionen finns
3. Attraktionens påverkan på den regionala ekonomin genom ökat mervärde i form av nettolöneökning, bruttovinstökning, ökad import samt ökade statliga och kommunala inkomster främst genom skatter.

Nettolönen ökar t.ex. till följd av att en attraktion skapas eller byggs ut. Nettolöneökningen är ofta en fråga om övertimmar och inte alltid skapande av nya arbetstillfällen. Andersson (1996) föredrar att inkludera lokalbefolkningens konsumtion i bruttoresultatet men räknar sedan bort hela beloppet som alternativkostnad så att nettoeffektens storlek inte påverkas av lokalbefolkningens konsumtion relaterat till attraktionen. Fördelen med detta menar Andersson (1996) är att man då kan beskriva att lokalbefolkningen konsumerar varor och tjänster från andra producenter och branscher än man hade gjort om attraktionen inte hade funnits.

4.1.2. Cost–Benefit Modellen

Ur ett neoklassiskt perspektiv så anses **värde** vara summan pengar som en person är beredd att betala (willingness-to-pay) för att få tillgång till varor, tjänster och upplevelser. Vänder man på det så är värde den summa pengar som en person (säljare) måste betalas för att ge upp ett föremål (Willingness-to-accept) (Noonan, 2002; Baarsma and Lambooy, 2005).

Att värdera offentliga varor och tjänster som kultur eller kulturella upplevelser är det ett relativt nytt forskningsområde där forskare ställer hypotetiska frågor för att mäta ekonomiska preferenser. I Contingent Valuation metoden (**CVM**) frågas respondenter efter deras maximala betalningsvilja för ett offentliga varor och tjänster som saknar marknadspris. I början användes den framför allt för att värdera natur- och miljöprodukter (och -upplevelser). Klassiska exempel är värderingen av rent vatten eller oförstörda kuststräckor (Navrud and Ready 2002). Förespråkarna av CV-metoden anför att om metoden används på ett korrekt sätt så ger den möjlighet att analysera individers preferenser (Mitchell and Carson, 1989). Definitionen för betalningsvilja i denna studie är:

> *Willingness-to-pay (betalningsvilja) är mängden av produkt x som en person är beredd att offra (i de flesta fall pengar) för att öka konsumtionen av produkt y*

Contingent Valuation är en ”stated preference”-metod för ekonomisk värdering (Noonan 2003) som kan appliceras på näst intill vilka offentliga produkter som helst (Davis, 1963; Bishop and Heberlein, 1979). Frågan som respondenten kommer att konfronteras med är vilket är det högsta belopp som du kan tänka dig betala för...

Inom miljöekonomi har Cost-Benefit modellen fått stor betydelse eftersom resursen ”natur” (liksom kultur) sällan avspeglas i marknadspriser. Gångbara vägar brukar inom CVM indelas i två huvudgrupper: (i) indirekta metoder (”revealed preference methods”), vilka går ut på att värdera nyttigheten ifråga ”via”

marknadsprissatta nyttigheter, respektive (ii) direkta metoder (”stated preference methods”), där nyttigheten värderas genom svar på ”direkta” frågor i en enkät till ett slumpmässigt urval personer (för en samlad och ingående beskrivning av olika metoder, se Garrod & Willis, 1999).

De indirekta metoderna utgörs framförallt av **resekostnadsmetoden** (TCM = ”Travel-Cost Method” (Clawson & Knetsch, 1966)), som bygger på antagandet att värdet (utöver biljettpriset) av att besöka t.ex. en kulturattraktion är åtminstone så högt som kostnaden att ta sig dit och tillbaka (även här samlas data om utgifter in genom en enkät eller intervju). En annan metod är den s.k. **fastighetsvärdemetoden** (HPM = ”Hedonic Pricing Method”), som innebär att man via prisstatistik analyserar hur t.ex. en kulturattraktion i anslutning till ett bostadsområde påverkar bostadspriserna där.

Direkta metoder är i stor utsträckning liktydiga med vad som på svenska kan kallas ”scenariovärdering” eller ”betingad värdering” (CVM = ”Contingent Valuation Method” (Mitchell, 1989) Metoden syftar till att ställa frågor rörande hypotetiska scenarier. Med andra ord skapas en hypotetisk marknad, där respondenterna ombeds att ange sin maximala betalningsvilja (WTP = ”willingness to pay”) t.ex. för att en försämring i tillgången (eller kvaliteten) på en viss naturnyttighet inte skall uppstå, eller anmodas att ange det minimibelopp han/hon är villig att acceptera som kompensation (WTA = ”willingness to accept”) t.ex. för att en försämring i tillgången (kvaliteten) på naturnyttigheten uppstår.

Beträffande för- och nackdelar med nämnda metoder (Garrod & Willis, 1999), när det gäller värdering av natur för friluftsliv har TCM fördelen att basera sig på observerade beteenden (faktiska resor/besök), men är å andra sidan begränsad till värdering av tämligen specifika kulturområden. Ett annat problem med resekostnadsmetoden är att värdet av en kulturattraktion alltid måste anses vara högre för en tillrest än lokal besökare, vilket inte alltid är fallet. Hedonic pricing metoden ställer framför allt krav på att säkerställa att kulturattraktionen är den enda faktorn som påverkar fastighetspriserna, vilket även ställer krav på att all data samlas in under en längre period. CVM har fördelen att vara mycket mer flexibel, bl.a. därför att man kan åstadkomma geografiskt mer generella värderingar och erhålla mått på olika värdekomponenter, Metoden är å andra sidan förknippad med större osäkerhet eftersom den baseras på en hypotetisk marknad. Den senare svagheten vägs dock upp genom att metoden är mycket beprövad. När man använder CVM är oftast WTP att föredra framför WTA, eftersom respondenten i det förra fallet är begränsad av sin budgetrestriktion. CVM har också på senare tid utvecklats med avseende på möjligheten för respondenterna att ge uttryck för preferensosäkerhet i sina svar (se exempelvis Li & Mattsson, 1995; Boman m.fl. 2008), och där forskningen visar att beaktande av osäkerhet i respondenternas svar påverkar de värden som erhållits.

I Cost-Benefit-modellen inkluderas finansiella effekter såväl som välfärdseffekter[21]. Dessutom görs en jämförelse mellan ”*Costs*” and ”*Benefits*” vilket gör den annorlunda i jämförelse med Input-output modellen. Cost-Benefit analys (CBA) ger därför en bild av samhällsekonomisk *effektivitet*. Modellen ger

[21] De välfärdseffekter som uppstår pga. de värden som skapas hos icke-brukare kommer att diskuteras i delprojekt 3.

också en bild av var i samhället nyttan av attraktionen uppkommer (Mitchell and Carson, 1993). Det krävs en relativt omfattande värdering där information och data behövs från samtliga områden i samhället där finansiella effekter och välfärdseffekter uppkommer. Därför kan det, enligt t.ex. Jackson et al (2005), vara svårt att uppbringa all nödvändig information för att generera en pålitlig Cost-Benefit analys. En annan svårighet med en samhällsekonomisk analys är att identifiera och uppskatta alla immateriella och icke-ekonomiska kostnader för samhället (Getz, 2004). Förutom att identifiera dem så måste ett användbart instrument användas för att mäta dessa kostnader och intäkter. I Tabell 5 ges exempel på vad som kan uppfattas som immateriella intäkter respektive kostnader (jfr Andersson & Samuelsson 2001; Getz 2004)

Immateriella intäkter	Immateriella kostnader
Ökad intresse att investera	Trafikstockning
Attitydförändring gentemot politiker etc.	Parkeringssvårigheter
Stolthet för den egna regionen	Störande ljud
Välbefinnande och glädje	Trängsel vid attraktionen
Extraordinär upplevelse	Brottslighet och eventuell förstörelse
Kulturellt uppsving	Etc.
Etc.	

Tabell 5: Exempel på immateriella effekter

Man strävar efter att monetärt värdera de immateriella posterna genom uppskattning av vad t.ex. ökad trafikstockning, på grund av ett ökat antal besökare, kostar medborgarna i form av tidsförlust. Flera olika studier använder sig av en metod där man frågar besökare om deras ”willingness-to-pay” (WTP) vad gäller fördelar (immateriella intäkter) eller ”willingness-to-accept” (WTA) gällande nackdelarna (immateriella kostnader) (se t.ex. Andersson, 1985; Andersson & Samuelsson, 2001; Lindberg, Andersson, Dellaert, 2001; Mitchell & Carson, 1993). På så sätt ber man besökarna att uppskatta värdet av sina upplevelser i en mätbar enhet. Vilket av dessa två mått som bör användas bestäms till stor del av vilken offentlig nyttighet eller typ av attraktion som undersöks. De kan ge vitt skilda resultat. (Mitchell & Carson, 1993; Andersson, Rustad, Solberg, 2004). Ett flertal undersökningar har även applicerat denna metod på ekonomiska utvärderingar av attraktioner (Andersson, 1995; Armbrecht & Lundberg, 2006; Noonan, 2003). I undersökningar av det här slaget, så ber man således den intervjuade att uppskatta den upplevelse man haft och värdera upplevelsen i pengavärde - ett monetärt värde. Det överskott gentemot vad man verkligen spenderat renderar ett konsumentöverskott för besökaren vilket betyder att hon/han har spenderat mer eller mindre än upplevelsen var värt. Detta är således inte enbart ett ekonomiskt mått utan även en indirekt måttenhet på hur nöjda besökarna var med sin upplevelse. Måttet indikerar om besökarna förväntade sig mer eller mindre än de slutligen upplevde. Enligt Baker och Crompton (2001) skapar detta konsumentöverskott en högre tolerans för priset de betalat, ett förbättrat rykte och

ökad kundlojalitet hos konsumenten. Från ett makroperspektiv nämns att attraktionen skapar social välfärd genom att överträffa besökarnas förväntningar som skapar ett konsumentöverskott vilket leder till ökad livskvalité och välfärd.

4.2. Metod

För att kunna genomföra en Cost-Benefit analys krävs att det finns eller skapas kunskap kring konserthusets efterfrågekurva. Dessutom behövs kunskap kring publikens kostnader kring attraktionen. Eftersom dessa uppgifter inte finns tillgängliga krävs det en insamling av data. Därför genomfördes en besökarundersökning där 583 personer intervjuades av 2 intervjuare. Svaren sammanställdes senare för analys med programvaran SPSS för att kunna beskriva publiken genom frekvenstabeller, median- och medelvärden. Även efterfrågekurvan kommer att uppskattas med hjälp av frekvenstabuleringar.

De första frågorna i datainsamlingsprocessen relaterar till besökarnas utgifter. Eftersom alla besökare inte spenderar pengar inom samma produktkategorier ger enkäten besökaren möjlighet att specificera hur mycket han eller hon spenderade inom en specifik produktkategori. Utgifterna inkluderar allt från entrébiljett till mat och logikostnader. Den andra gruppen frågor syftar till att erhålla information kring besökarens besöksvanor på Vara konserthus och andra kulturinstitutioner. Den tredje delen av enkäten är inriktad på att undersöka vilket värde som;

1. upplevelsen under föreställningen hade för besökaren och
2. hur mycket hela upplevelsen på konserthuset (från dess att besökaren kom tills dess att han lämnade konserthuset) var värd.

Den sista delen i undersökningen består av bakgrundsfrågor som ska ge en bild av vem konserthusbesökaren är.

4.2.1. Datainsamlingen

Datainsamlingen baseras på ett urval av nio olika föreställningar. De utvalda föreställningarna anses vara ett representativt urval ur konserthusets årsutbud.. Valet av föreställningar som skulle ingå i undersökningen gjordes i samråd med ledningen på Vara konserthus. Datainsamlingen i Vara konserthus definierades till att inkludera alla besökare under en föreställning En sammanställning av föreställningarna som ingår i studien visas nedan.

DATUM	DAG	FÖRESTÄLLNING	ANTAL BESÖKARE
15.02.2008	Fredag	Stand up: Fyra ess	122
16.02.2008	Lördag	Puccini på storbild	194
17.02.2008	Söndag	Viktoria Tolstoy	393
20.02.2008	Onsdag	Jill Jonsson	504
21.02.2008	Torsdag	Jill Jonsson	497
22.02.2008	Fredag	Göteborgs Symfoniker	500
23.02.2008	Lördag	Till Kungens förnöjelse	83
29.02.2008	Fredag	Smokie	443
02.03.2008	Söndag	Sofia Karlsson Band	512
		Totalt antal besökare	**3248**

Tabell 6: Föreställningar som ingår i undersökningen

Urvalsmetoden av respondenter under alla kvällar är baserad på slumpmässighet. Förutom forskaren deltog frivilliga intervjuare i datainsamlingen. Innan varje föreställning ställde intervjuarna upp sig vid huvudentrén i foajén för att vänta in de första besökarna. Varje besökare var således tvungen att passera intervjuarna. Efter varje intervju släpptes en person förbi innan nästa person tillfrågades av intervjuarna. Endast personer som hade fyllt 16 kvalificerade för att delta i undersökningen.

För att samla in all nödvändig data användes enkäter. Under datainsamlingen tillfrågades utvalda besökare om de ville delta i studien. Om besökaren var intresserad ombads dem att skriva ner sin e-postadress på ett pappersark. Papprena med e-postadresserna returnerades till intervjuarna eller annan anställd personal på Vara konserthus under kvällen. Besökaren hade även möjlighet att lägga det ifyllda pappersarket i en speciell låda som stod väl synlig i entréområdet. Om besökaren av olika skäl inte hade tillgång till internet eller e-post, så gavs även möjlighet att;

1. fylla i telefonnummer med förslag på en tid då besökaren ville bli kontaktad
2. fylla i postadressen dit besökaren ville ha sin enkät skickad.

I samband med att besökarna tillfrågades så informerades dem även om undersökningens syfte.

Själva enkäten skickades sedan till besökaren med e-post två till tre dagar senare. Genom att klicka på en länk som bifogats i e-postmeddelandet kunde besökaren öppna enkäten och med enkla steg svara på frågorna. Genom att klicka på ”skicka” i slutet av enkäten skickades alla svar till en central databas där svaren lagrades under ett unikt ID. Alla besökare som hade signalerat intresse men inte hade svarat inom 10 dagar erhöll en påminnelse via e-post. Fördelen med att ha enkäten elektronisk är utöver är att en större population kan medverka och att kostnaden begränsas. Men det betyder också att respondenten kan svara på enkäten när han eller hon vill. Dessa fördelar måste sedan jämföras med nackdelar som att svarsfrekvensen kan vara låg eftersom många besökare väljer att inte skicka in sina svar (Aaker, Kumar, & Day, 2001). I värsta fall kan det leda till att endast de som verkligen är intresserade av kultur och konserthuset skickar in sina svar (Heberlein & Baumgartner, 1978). Genom att informera besökaren om studiens betydelse och involvera honom i problematiken har man i denna undersökning dock lyckats att uppnå en relativt hög svarsfrekvens

Den främsta anledningen till att använda sig av en internetbaserad enkät beror på att undersökningen syftar till att förstå besökarnas upplevelse och de värden som upplevelsen skapar. Följaktligen måste föreställningen vara över innan frågor kring upplevelsen är relevanta. En annan orsak till att använda webbaserade enkäter är att svarsfrekvensen i vissa fall är högre. Praktisk forskning har visat att webbaserade enkätundersökningar som genomfördes av Dillman (2000) visar att svarsfrekvensen kan vara så hög som 76 % om respondenten erhåller en bra introduktion till undersökningen (muntlig eller skriftlig) och att ett antal påminnelser skickas ut till de besökare som inte svarar direkt. En annan fördel ligger i att besökarna på konserthuset sällan har tid eller lust att svara på enkäter

innan de går på föreställningen. En sista fördel med webbaserad enkät är att respondenten inte påverkas av intervjupersonen på samma sätt som om intervjun hade skett på plats av intervjuaren. (Aaker et al. 2001, Kidder & Judd, 1986). Benägenheten att svara korrekt är framför allt påtaglig när det handlar om känsliga, personliga frågor som inkomst och utbildning.

Ytterligare fördelar med en webbaserad enkät är att respondenten har tid att fundera över vilket svar den ska ge. Respondenten ges således möjlighet att läsa frågorna flera gånger vilket kan vara en fördel i denna enkät eftersom den innehåller ett antal krävande svar.

Sist men inte minst så elimineras i en webbaserad enkät de inmatningsfel som annars alltid uppstår då intervjupersonen skriver ner svaren på enkäten och svaren sedan läses in i statistikprogrammet (Kidder & Judd, 1986; Hair Bush and Ortineau, 2002). De ovan nämnda fördelar gäller givetvis inte om respondenten inte hade tillgång till internet. Dock kunde efter att de båda resultaten hade jämförts inga signifikanta skillnader fastställas som kunde förknippas med intervjutekniken.

Ett annat problem med webbaserade enkäter är att enkäten fylls i när respondenten befinner sig på annan plats. Risken att andra personer påverkar svaren, dvs. svarar istället för den egentliga respondenten är då uppenbar. Även de problem som uppstår genom att respondenten inte förstår en fråga kan vara betydelsefulla då detta kan leda till feltolkningar eller till att respondenten inte svarar alls om denne inte står i direkt kontakt med intervjupersonen. Denna svaghet undanröjdes dock genom att meddelandet som skickades ut innehöll anvisningar om att kunna kontakta avsändaren om oklarheter i enkäten dök upp.

4.2.2. Bortfallsanalys

För att kunna dra slutsatser kring undersökningens tillförlitlighet så har det förts statistik om hur många personer som besökte föreställningarna (3248 personer). Utav de 3248 besökarna så tillfrågades 1384 om de kunde tänka sig medverka i undersökningen. 1098 av besökarna svarade att de var beredda att ställa upp. Endast 150 personer nekade en direkt en medverkan. Av de personer som signalerat sitt samarbete lämnade 823 personer in pappersarket med sina kontaktuppgifter.

FÖRE-STÄLLNING	ANTAL BESÖKARE	TOTALT TILL-FRÅGADE	INTE INTRESSE-RADE	UT-DELADE INFOBLAD[22]	RETURNE-RADE INFOBLAD	SVARS-FREKVENS
Stand up: Fyra ess	122	62	13	49	26	**41,94%**
Pucini på storbild	194	72	11	61	70	**97,22%**
Viktoria Tolstoy	393	143	17	126	112	**78,32%**
Jill Jonsson	504	157	17	140	137	**87,26%**
Jill Jonsson	497	152	27	125	63	**41,45%**
Göteborgs Symfoniker	500	149	26	123	140	**93,96%**
Till Kungens förnöjelse	83	42	8	34	25	**59,52%**
Smokie	443	160	16	144	127	**79,38%**
Sofia Karlsson Band	512	161	15	146	108	**67,08%**
SUMMA	**3248**	**1098**	**150**	**948**	**808**	**73,59%**

Tabell 7: Antal personer som ville delta i undersökningen

Svarsfrekvensen för infobladen räknat på de som tillfrågades och sedan lämnade in sina adressuppgifter är 73,59 %. Av de som lämnat in sina kontaktuppgifter var det sedan 583 personer som svarade på själva enkäten. Den slutliga svarsfrekvensen ligger således på **53 %.** Det kan tilläggas att 29 % eller 240 personer valde att inte skicka in sitt svar trots att de förklarat att de var villiga att delta när de tillfrågades[23].

Könsfördelningen i den totala populationen är 51 % kvinnor och 49 % män. Detta avviker något från urvalets sammansättning som består av 46,6 % män och 53,4 % kvinnor. En mindre överrepresentativitet av kvinnor kan således fastställas och bör beaktas vid fortsatt analys. Tabell 8 åskådliggör hur den totala könsfördelningen respektive antalet män och kvinnor i respektive föreställning.

	KVINNOR	MÄN	SNITTÅLDER
Stand up: Fyra ess	72	50	49
Pucini på storbild	112	82	59,5
Viktoria Tolstoy	198	195	61,5
Jill Jonsson	180	324	53,5
Jill Jonsson	270	227	55,5
Göteborgs Symfoniker	271	229	61,5
Till Kungens förnöjelse och Upplevelse + Renässansens Europa	38	45	49
Smokie	241	202	62
Sofia Karlsson Band	276	236	60,5
	1658	**1590**	**57**
	51,0%	**49,0%**	

[22] Med infobladet avses den delen av enkäten där besökaren fyller i sina kontaktuppgifter
[23] En visualisering av bortfallet återfinns i Appendix 2

Tabell 8: Bortfall efter kön och ålder

Genomsnittsåldern av de personer som inte ville delta i undersökningen och som uppskattades av intervjuarna är 57 år. Denna kan jämföras med respondenternas ålder som är 59 år.

4.3. Kommuninvånarnas värdering av ett ökat kulturutbud

4.3.1. Demografisk data

I följande avsnitt redovisas studiens resultat rörande demografisk data:

Könsfördelning

Bland respondenterna är könsfördelningen relativ jämn även om det fanns något fler kvinnliga besökare (53,4 % kvinnor; 46,6 % män) under de utvalda föreställningarna.

		Frequency	Valid Percent
Valid	MAN	267	46,6
	KVINNA	306	53,4
	Total	573	100
Missing	System	10	
Total		583	

Tabell 9: Åldersfördelning

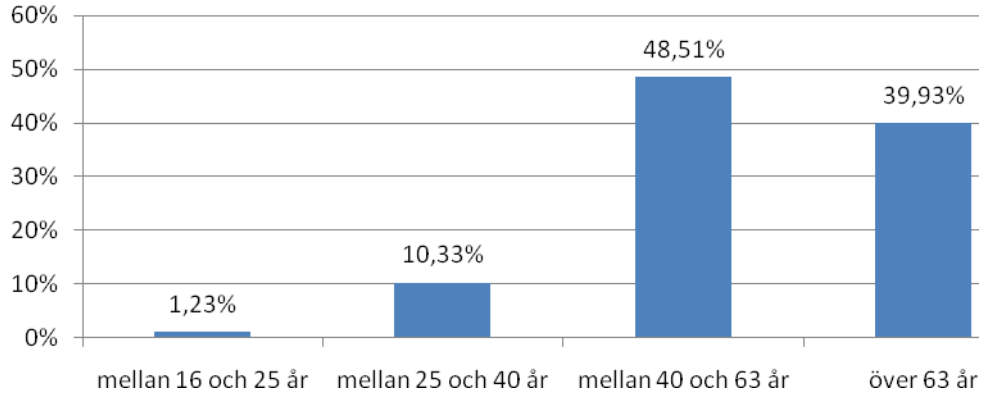
Det faktum att relationen mellan män och kvinnor avviker något från riket[24] kan bero på ett något skevt urval.

Ålder

Generellt kan man säga att de flesta besökarna är mellan 50 och 70 år (medianåldern är 59 år). Genomsnittsåldern är 59 år. Den höga andelen äldre personer är inte onormal vid kulturella föreställningar och institutioner. För detta finns det fler förklaringar: en är att programmet motsvarar förväntningarna som äldre personer har. En annan att äldre personer har mer finansiella medel och mer tid att tillgå för att besöka konserthuset. Men även den befintliga befolkningsstrukturen i glesbygden kan vara en möjlig förklaring.

En tydligare bild av hur åldersfördelningen ser ut får man om man bildar åldersklasser. Den första gruppen från 16 till 25 ska representera ungdomar och unga vuxna. Denna grupp utgör endast 1 %. Grupp nummer två som inkluderar alla besökare mellan 26 och 40 återspeglar unga par och familjer som befinner sig i början på sitt arbetsliv och sin karriär. Även denna grupp är liten och utgör 10 % av besökarna. Besökare över 41 år representerar den största delen av besökarna och utgör 86,6 % av besökarna.

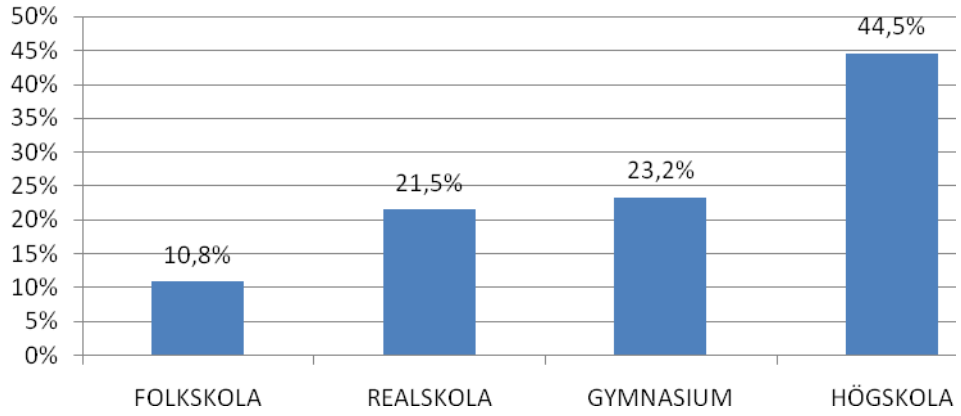
[24] Andel kvinnor i riket: 49 %; andel män i riket 51 % (www.scb.se, 2008-08-12)



Figur 26: Besökarna indelade i åldersklasser

Utbildning

Tidigare undersökningar och forskning har visat att besökare av kulturattraktioner teater, konserter, opera, etc. tenderar att ha en hög utbildning – betydligt bättre än genomsnittet (Baumol och Bowen, 1993; Myerscough, 1988; m.fl.). Så verkar även vara fallet på Vara konserthus. 44,5 % av besökarna har någon form av högskoleexamen. Detta ska jämföras med det nationella snittet som ligger på 15 % - 20 %[25]. Andelen i Vara kommun som har gått minst 3 år eftergymnasial utbildning ligger på endast 10 % [26]. Ett övertag av välutbildade besökare har även betydelse för inkomststrukturen bland besökarna.



Figur 27: Besökarnas utbildning

En fördelning som visar på att majoriteten av de nuvarande besökarna är välutbildade måste sedan även tas i beräkning när nya program sammanställs.

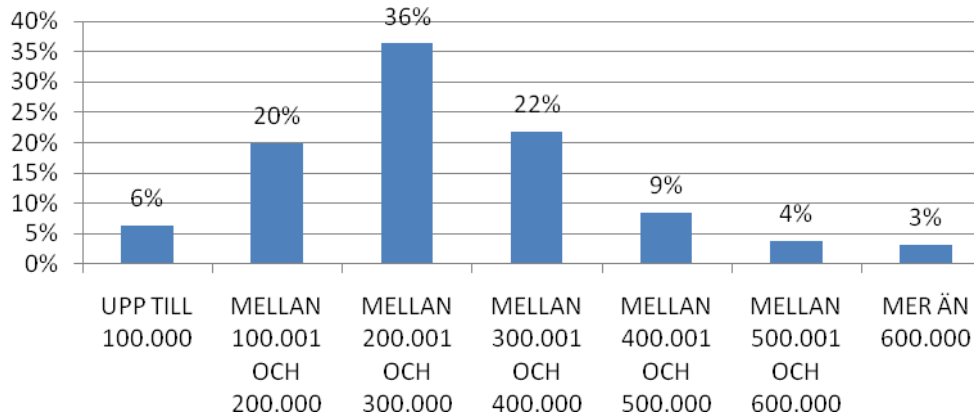
Årsinkomst

Den genomsnittliga årsinkomsten[27] på ca 280 000 kronor ligger inte helt oväntat över rikets medel som är 208 000 kronor[28] (för inkomstår 2006):

[25] http://www.scb.se/statistik/UF/UF0506/2008A01a/Tab1.xls (2008-07-02; 13:33)
[26] http://www.scb.se/statistik/UF/UF0506/2008A01a/Tab3_ny.xls (2008-07-02; 13:34)
[27] Årlig bruttoinkomst
[28] http://www.scb.se/templates/tableOrChart____225792.asp

	Kvinnor	Män	Samtliga
RIKET	179 742	241 623	207 060

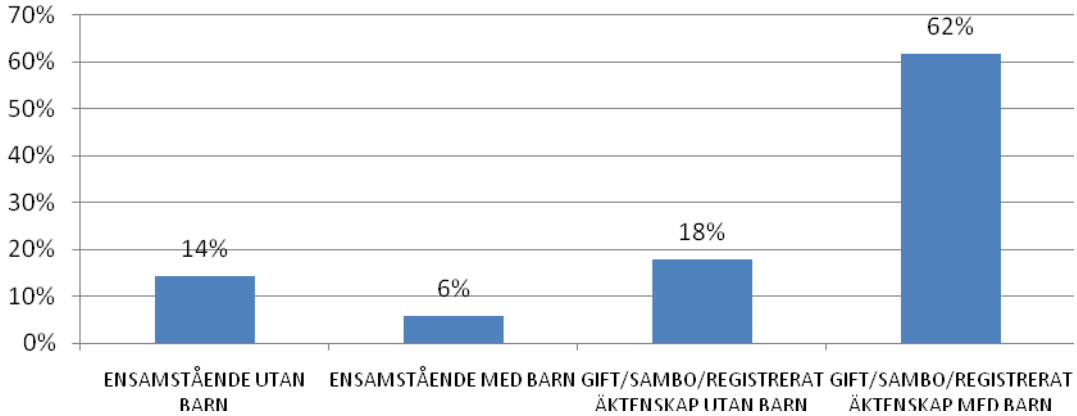
Det måste således anses vara anmärkningsvärt att besökarna till Vara Konserthus avviker starkt från riksmedlet trots att attraktionen är belägen i ett geografiskt område vars medelinkoms ligger under riksmedlet.



Figur 28: Genomsnittliga årsinkomsten (brutto)

Civilstånd

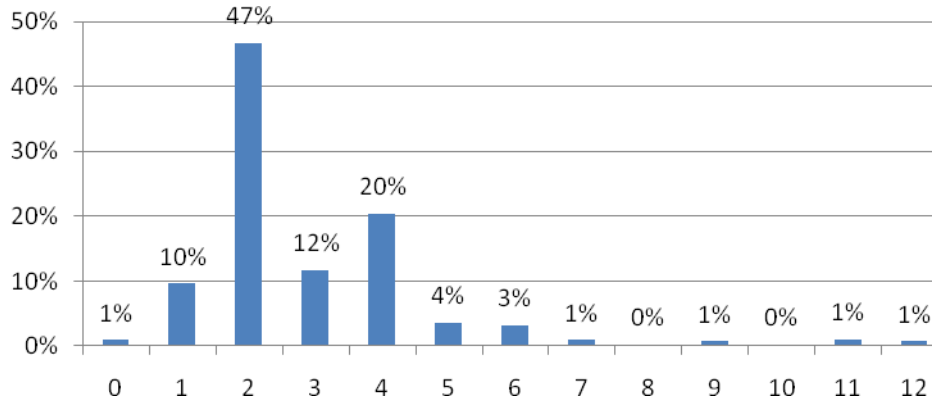
80 % av besökarna befinner sig i en relation, detta ligger över genomsnittet för riket men förklaras enkelt med den befintliga åldersstrukturen. Intressant att notera är att 14 % av besökarna är ensamstående utan barn. Uppenbart är konserthuset en möjlighet för äldre ensamstående att träffa och umgås med andra människor.



Figur 29: Besökarnas civilstånd

Sällskapsstorlek

En annan intressant fråga som ställdes i samband med undersökningen var hur stort sällskapet var som de ingick i vid besöket. Som figuren nedan visar besökte de flesta personerna föreställningarna i grupper av ”två”. Men även grupper av tre till sex personer är relativt vanliga. Det var endast ett fåtal större grupper som besökte föreställningarna, vilket kan bero på att även om besökare anlände i exempelvis chartrade bussar ansåg de inte att de reste i sällskap med andra resenärer utan att det endast var ett sätt att ta sig till och från konserten.

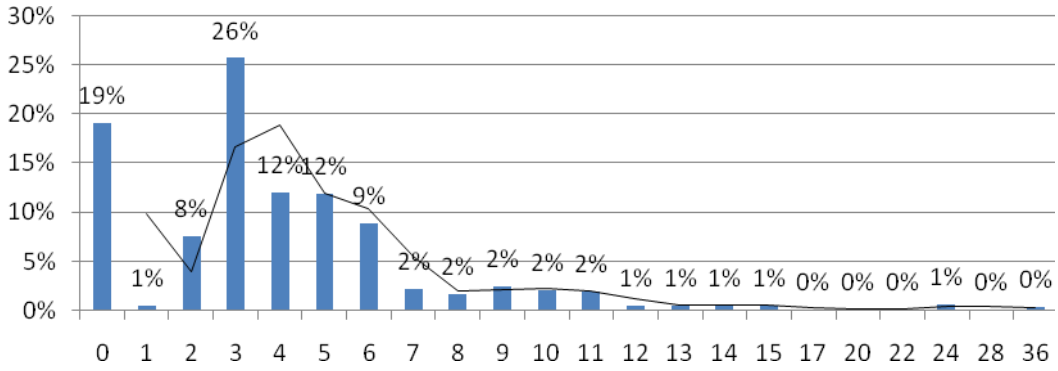


Figur 30: Sällskapsstorlek

4.3.2. Besökarnas bostad och restid

Nedan följer en genomgång av var besökarna kommer ifrån. Denna information kan ge en idé av hur långt besökarna är beredd att åka för att uppleva konserten. Men inte bara resetiden, utan även avståndet är intressant eftersom de tillsammans ger ett mått på hur mycket besökaren värderar dvs. är beredd att ”offra” för att ta del av upplevelsen. På så sätt kan tids- och kostnadsuppoffringen i samband med resan till konserthuset anses vara ett mått på upplevelsens värde. Av de personer som besöker konserthuset bor 79,4 % inte i Vara kommun. Dessa besökare kommer hädanefter att kallas för ”tillresta besökare” [29]. 20,6 % av besökarna bor i Vara kommun.

Den största delen av besökarna reser två mil eller mer för att ta sig till konserthuset. Detta kan bero på att upptagningsområdet är glest befolkat, men även på att föreställningar som erbjuds har en hög attraktionskraft och att besökarna är beredda att både offra tid och pengar för att få tillgång till dem. Hur långt besökarna reser förtydligar följande figur.



Figur 31: Besökarnas resväg[30]

[29] Tillhörande figurer finns bifogade i **Appendix 4**

[30] Tillhörande tabellen återfinns i Appendix 5

Om man vill använda sig av reseavståndet/resetiden för att göra en bedömning gällande konserthusets attraktionskraft, krävs det också att man säkerställer att anledningen till resan var den kulturupplevelsen och inte något annat motiv. I tabellen nedan framgår det att Vara konserthus i nästan alla fall var anledningen till resan. Detta har stor betydelse när vi i ett senare skede tittar på vilka ekonomiska effekter som konserthuset genererar.

		Frequency	Valid Percent
Valid	Nej	20	**4,45**
	Ja	429	**95,55**
	Total	449	**100,00**
Missing	System	134	
Total		583	

Tabell 10: Var konserthuset det huvudsakliga skälet till besöket i Vara?

4.3.3. Besöksvanor

I undersökningen ingick även en fråga som syftar till att få bättre kunskap om huruvida besökarna är lojala besökare. Från ett managementperspektiv är det mycket attraktivt att ha en fast kund-/besöksgrupp som återvänder med jämna mellanrum eftersom det skapar en stabilitet och ”planerbarhet” samtidigt som det minskar marknadsföringskostnader. Tabell 11 visar på att ledningen i Vara konserthus har lyckats väl med att knyta kundgrupper till konserthuset.

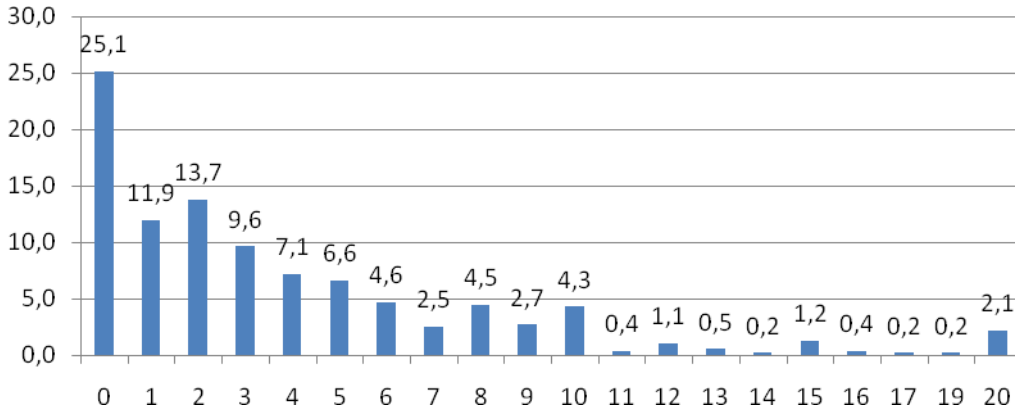
		Frequency	Valid Percent
Valid	Har ej besökt	108	**19,42**
	Har besökt	448	**80,58**
	Total	556	**100**
Missing	System	27	
Total		583	

Tabell 11: Antal % som tidigare besökt konserthuset

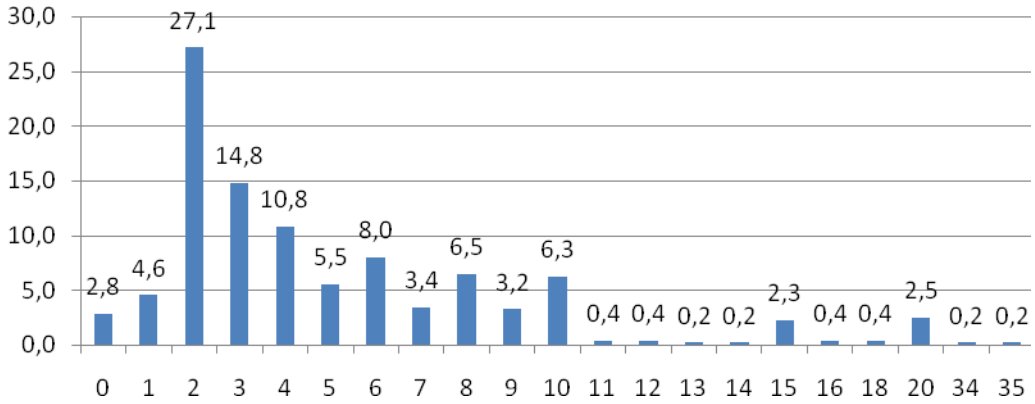
Det framgår att endast 19,4 % av besökarna inte hade besökt konserthuset tidigare[31] medan 80,5 % är ”återbesökare”. Givetvis finns det risker med att övervägande delen av besökare är lojala om inga nya besökare ”rekryteras”. Riskerna vägs emellertid upp av fördelarna.

Att lojaliteten finns och lojala besökare är en viktig resurs visar även den följande figuren som tar upp hur många besök individerna gjort i år och hur många besök som individen har planerat för under resten av året.

[31] Tillhörande tabell återfinns i Appendix 6



Figur 32: Antal besök sedan årsskiftet



Figur 33: Planerade besök för 2008

Besökarnas nöjdhet med besöket är hög och antalet besökare som efter föreställningarna säger sig vilja återvända är 83.9 %.

4.3.4. Besökarnas utgifter

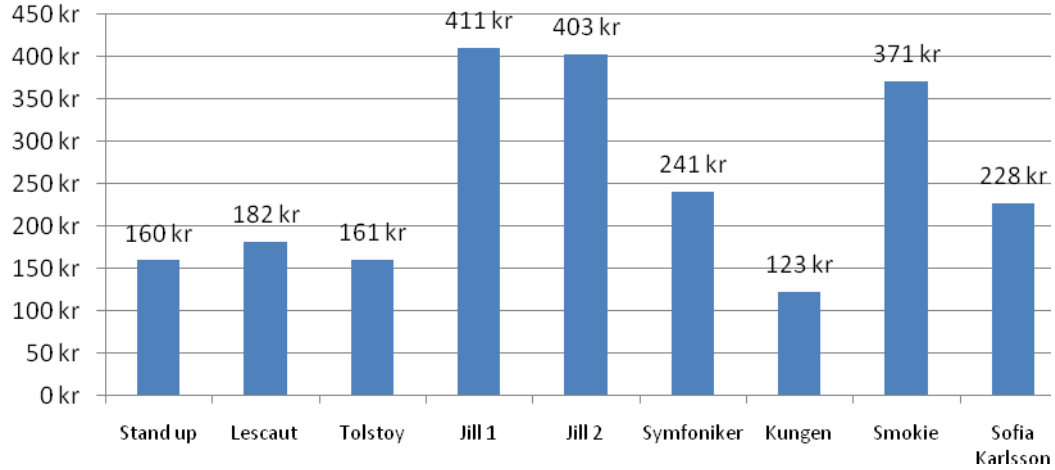
I den följande analysen kommer fokus att ligga på vilka utgifter dvs. vilka penningströmmar som föreställningarna på konserthuset orsakade. Ett första steg att närma sig de penningströmmarna som skapas är att se vart pengar spenderas. Det finns olika gångbara kategoriseringar av pengaflödena. I denna studie användes: entrébiljett, shopping, mat och dryck inom konserthuset, mat och dryck utanför konserthuset, logi och övriga aktiviteter.

Det första steget var att analysera utgifterna i samband med köpet av entrébiljett. Eftersom en relativt stor del av besökarna har ett abonnemang som innebär att en besökare genom att förvärva entrébiljetter till flertalet föreställningar betalar ett reducerat pris, krävdes att priset per föreställning räknades ut. Det *genomsnittliga* priset för en föreställning om man hade köpt abonnemang var:

Abonnemang	Pris
Jazz	183,00 kr
Stora klassiska	250,00 kr
Teater	172,00 kr
Dans	150,00 kr
Lilla klassiska	190,00 kr
Familj	65,00 kr
Färgrik	195,00 kr

Tabell 12: Antagande om pris per föreställning om abonnemang köpts

Nedan visas en sammanställning av de undersökta föreställningarna och genomsnittliga biljettpriser (och abonnemangspriser) som besökarna betalt. I figuren utmärker sig tre föreställningar genom ett betydligt högre pris för entrébiljetterna, nämligen Jill Johnssons fredagsföreställning (Jill 1), Jill Johnssons lördagsföreställning (Jill2), Smokie och Symfonikerna som kostar besökaren mer än dubbelt så mycket som de övriga.

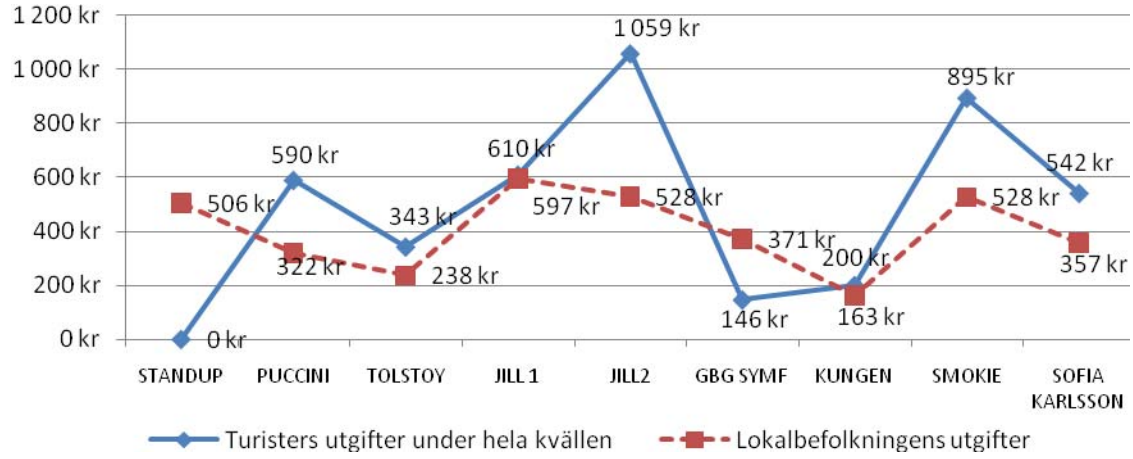


Figur 34: Genomsnittligt biljettpris (kr) för olika föreställningar

Genomsnittliga ”övriga” utgifter

Besökarnas utgifter för föreställningarna är viktiga då de skapar positiva ekonomiska effekter för olika aktörer. Majoriteten av utgifterna för att uppleva föreställningen går till konserthuset som i sin tur betalar artisten och de personer som medverkar i uppträdandet. Ofta kommer artisten inte från kommunen eller regionen vilket betyder att en del av de pengar som spenderas på biljetter i konserthuset ”läcker” ut ur penningsystemet. De *övriga utgifterna* tenderar att stanna längre i den lokala ekonomin och skapa ekonomiska effekter. Ett gott exempel är föreställningen Fyra ess där en middag erbjöds i samband med föreställningen. I samband med middagen är de ”övriga utgifterna” högre vid denna föreställning än vid andra. Genom att erbjuda aktiviteter (som en middag) att spendera pengar på skapas arbetstillfällen för servicepersonal i köket och restaurangen. Men även de produkter, dvs. den mat som konsumeras leder till en positiv effekt. Exempelvis leder lokalproducerad mjölk, egg eller liknande produkter till att lokala producenter gynnas genom en ökad omsättning. Pengarna stannar kvar i det lokala penningsystemet. Föreställningen och de förknippade utgifterna är således inte den enda möjligheten att generera omsättning. Figuren ovan visar att övriga aktiviteter ger möjligheter till att öka ekonomiska effekter och på så sätt generera skapa mer omsättning i kommunen.

Turisters och lokalbefolkningens utgifter



Figur 35: Turisters och lokalbefolkningens utgifter (kr) för föreställningarna[32]

Vid en genomgång av utgifterna av de personer som bor närmre än 10 från konserthuset och de som bor längre bort än 10 mil från konserthuset (turister) syns tydliga skillnader. I de flesta fall överstiger turisters utgifter övriga besökares utgifter. Undantaget Stand up: Fyra ess och Göteborgs symfoniker så spenderar turisterna mer än vad lokalbefolkningen gör. Detta är anmärkningsvärt eftersom resekostnaderna inte är inkluderade i utgifterna. Från ett ekonomiskt perspektiv är det således intressant att attrahera många turister.

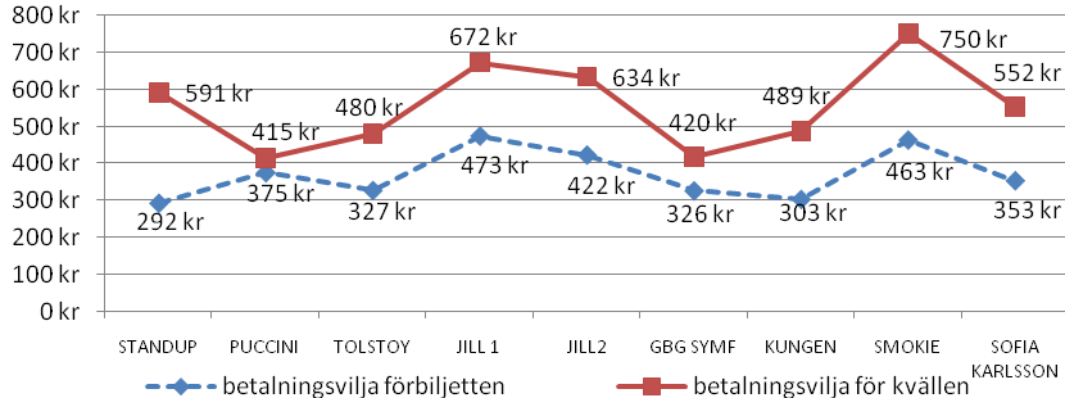
4.3.5. Betalningsvilja

I föregående avsnitt gavs en bild av vad besökarna betalade för att uppleva Vara konserthus. Hitintills har därmed endast kostnaderna för besökarna betraktats. I en välfärds- och samhällsekonomisk analys bör dock även en redovisning av de intäkter dvs. välfärdstillskott som besökarna får inbegripas. För att i ett nästa steg bedöma om besöket till och upplevelsen av konserthuset var lyckat ur ett ekonomiskt perspektiv måste nu besökarnas kostnader ställas mot intäkterna dvs. värdet av upplevelsen. De intäkter som redovisas anses vara ett ökat välstånd. En värdering av detta låter sig dock ej göras genom mätning av penningströmmar utan realiseras genom applicering av WTP – metoden. Metoden innebär som tidigare nämnt att respondenten själv ombeds att värdera upplevelsen av föreställningen och andra aktiviteter. Faktorer som inkluderas i ”övriga aktiviteter” och bidrar till välfärdsökningen är utöver upplevelsen under föreställningen konserthusets arkitektur, stämningen som uppskattas, m.m. Även de vänner eller bekanta man träffar och den mat man äter bidrar till att upplevelsen under hela kvällen är mycket mer värd än bara värdet av föreställningen. Betalningsviljan och konsumentöverskottet för hela kvällen är således mycket viktig i sammanhanget.

Genom att göra en distinktion mellan den upplevelse som besökaren hade under föreställningen och den som han hade utanför föreställningen men i samband med

[32] Antalet svar från turister på första föreställningen (Stand up: Fyra ess) var för lågt för att kunna dra några generella slutsatser.

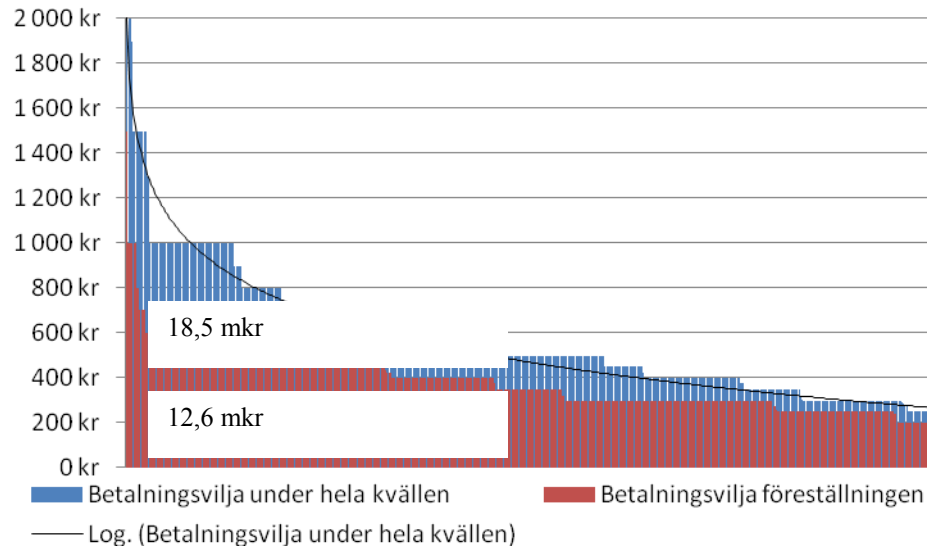
besöket är det möjligt att bestämma vart värdet skapas. En summering av de två värdena ger i ett tredje steg även möjlighet till att dra slutsatser kring det totala värdet som skapades.



Figur 36: Betalningsvilja (kr) för föreställningen och hela kvällen

Ur samhällsekonomisk synvinkel är det alltid önskvärt att priset sätts så att resurserna utnyttjas på bästa sätt. Ett pris som är lägre och som lockar fler personer till Vara kan således vara önskvärt från en samhällsekonomisk synvinkel. En samhällsekonomisk optimal lösning är att alla platser i konserthuset är sålda.

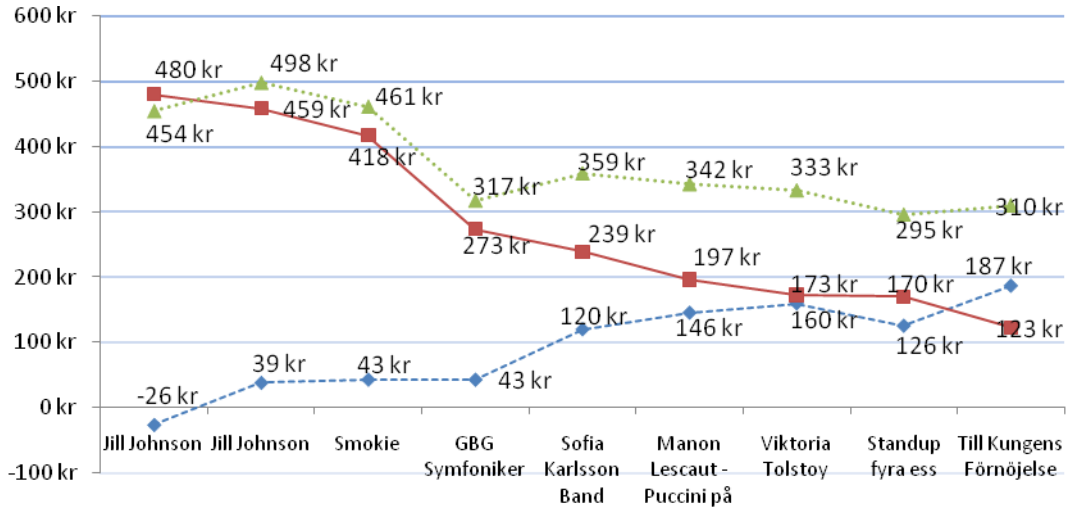
Genom att ackumulera besökarnas genomsnittliga upplevelsevärde kan man dra slutsatser om det totala ekonomiska värdet som skapas. Studiens prognostiserade antal besökare på årsbasis motsvarar 35 000 besökare. undersökningen visar att det genomsnittliga upplevda värdet motsvarar 528 kronor. Det totala värdet av föreställningarna summer då till 12,5 mkr och det totala värdet för hela besöket motsvarar 18,5 mkr.



Figur 37: Aggregerat brukarvärde

Intressant att analysera är även konsumentöverskottet dvs. det värde som besökaren får men inte betalar för. Inledningsvis kan man betrakta biljettpriserna som mycket heterogena. Det finns tre föreställningar som utmärker sig genom att biljettpriset för föreställningen ligger över 400 kronor. Dessa är de två Jill Johnson konserterna och Smokies föreställning. Orsaken till det höga priset beror till viss

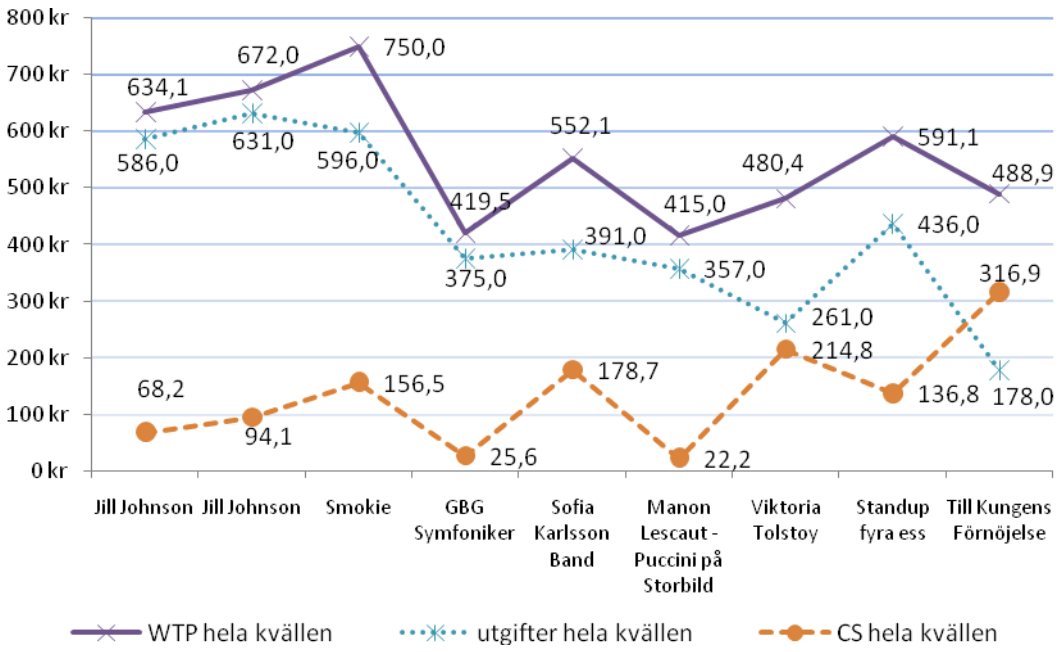
del på artisternas popularitet och genre. Det är i detta samband och för hela undersökningen dock anmärkningsvärt att de två artisterna är de enda som hyrs in av Vara konserthus från ett kommersiellt företag. Effekten på konsumentöverskottet syns mycket tydligt i
Figur 38. Konsumentöverskottet är som lägst där priset är som högst, men att konsumentöverskottet sjunker med ett stigande pris är ingen självklarhet. Det är snarare så att företaget från vilket man hyr in artisterna är mycket medveten om värdet som artisternas föreställningar har för konsumenter. Enligt statistiken är de också kapabla att nästan exakt få det värde som artisterna skapar och således inte ”skänka” bort värde till besökarna. Företagens vinstmaximeringsmål medför att konsumentöverskottet begränsas. Det kan sägas att det existerar en konflikt mellan företagsekonomiska och samhällsekonomiska målsättningar. Generellt kan det sägas att höga biljettpriser motverkar ett högt konsumentöverskott.



Figur 38: Samband mellan WTP utgifter för entrébiljetter och konsumentöverskottet

Konsumentöverskott under hela kvällen

Sammanhanget mellan kostnad och konsumentöverskott gäller även här. Höga utgifter under hela kvällen verkar motverka att besökare har ett högt konsumentöverskott under samma tid. De föreställningar där besökaren spenderar minst har det högsta konsumentöverskottet Intressant att notera är att de kringaktiviteter som erbjuds väger upp enstaka låga konsumentöverskott bland konsertupplevelserna. Ett gott exempel är Jill Johnson där ett konsumentunderskott för konserten blir till ett konsumentöverskott för hela kvällen. Att kringaktiviteter har en utjämnande effekt i vissa sammanhang är troligen också en faktor som bidrar till att konserthuset har lojala besökare. Men konsumentunderskott i sin tur kan leda till en minskad lojalitet. Över lag kan ett samband mellan betalningsviljan för hela kvällen och konsumentöverskottet noteras.



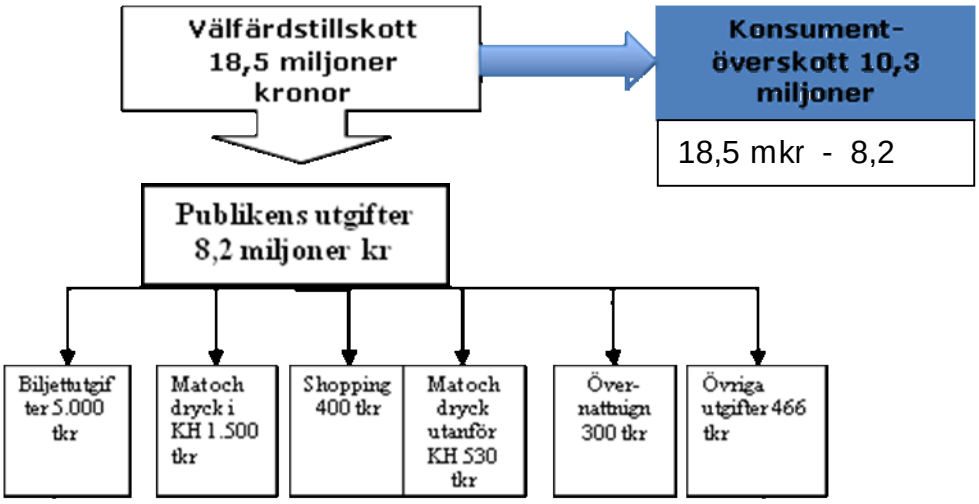
Figur 39: Samband mellan totala utgifter och individers konsumentöverskott

4.4. Sammanfattning och slutsatser

Rörande penningflödena som Vara konserthus genererar så spenderar varje besökare som går på en föreställning i konserthuset i genomsnitt ca 234 kronor under en kväll. Sammanlagt innebär detta att besökarna spenderar 8,2 mkr under ett år. Utgifterna för biljetter summerar till 5 miljoner kronor. Besökarna spenderar ytterliga ca 1,5 miljoner kronor på mat och dryck i konserthuset.

Den grupp av besökare som spenderar mest pengar i samband med besöket i konserthuset är turister som reser mer än 10 mil för att uppleva en konsertföreställning. Idag utgör denna grupp endast 6 % eller 2 500 besökare på år. Beloppet som dessa besökare spenderar under kvällen är 640 kronor och därmed betydligt högre än det som besökare från omnejden spenderar Utgifter för resan är inte inkluderat i denna summa utan de extra utgifterna spenderas framför allt på restaurang och bar. Två procent av de som reser till Vara konserthus väljer att övernatta på hotell eller Vandrarhem. Ökningen i beläggning som påvisades i delprojekt 1 kan också kopplas till konserthusets konferens och evenemangsaktiviteter.

I följande avsnitt ska ett försök göras att visualisera och förklara de penningflöden som uppstår på grund av att verksamhet bedrivs i Vara konserthus. Ett första steg i denna process är att klargöra på vilka olika aktiviteter besökarna spenderar pengarna.



Figur 40: Publikens utgifter enligt bestämda kategorier

Som tidigare nämnts finns det faktorer som gör att en del av beloppet läcker ut ur kommunen. En sådan faktor är underleverantörer som inte befinner sig i kommunen. Pengar läcker även ut ur ekonomin när anställda som jobbar på konserthuset inte bor i närområdet. De anställda tar så att säga med sig pengarna från den lokala ekonomin till sin hemmaort för att spendera dem där.

Inflöde

I nästa steg är det därför nödvändigt att separera de utgifter som inte hade funnits i kommunen om inte konserthuset hade bedrivit sin verksamhet (Andersson, 1996). Det är ca 80 % av besökarna som inte kommer från Vara kommun. Om man uppskattar deras utgifter uppgår till ca 6,6 mkr.

Beträffande Vara-besökarnas utgifter så hade en stor del av dessa utgifter sannolikt inte skett i Vara eftersom individerna kanske hade spenderat pengarna på andra kulturattraktioner som exempelvis GöteborgsOperan eller Göteborgs Stadsteater utanför Vara.

Det är också intressant att återkoppla till Cromptons resonemang kring ”casuals”. I enkätundersökningen inkluderades en fråga som syftade till att identifiera de personer vars primära motivation till vistelsen i Vara inte var konserthuset. Dessa personers utgifter hade förmodligen skett även om konserthuset inte hade haft en föreställning medan besökaren befann sig i Vara. Därför bör de utgifter som görs utöver föreställningen av dessa individer inte inkluderas i vidare uträkningar. Den sammanlagda utgiften från denna grupp uppgår till 270 000 kronor. Antalet ”time-switchers” i denna undersökning ansågs utgöra en så ringa andel att frågan inte inkluderades i enkätundersökningen.

Trots att besökarna spenderar mycket pengar på kulturupplevelsen så är det värt pengarna. Det genomsnittliga konsumentöverskottet är 290 kronor. varje besökare får således 290 kronor mer i upplevelse än vad han eller hon betalar för. Med samma belopp ökar besökarnas välstånd. Totalt summerar det värdet som konserthuset genererar under ett år till 10,3 miljoner kronor medan det totala konsumentöverskottet för biljetter är 7,45 miljoner kronor.

Mest intressant i delstudie 2 är kanske skillnaderna i hur mycket konsumentöverskott olika föreställningar förmådde skapa. En tydlig konflikt mellan samhällsekonomiska gynnsamma målsättningar och effekter står i kontrast till de företagsekonomiska mål som konsert- och evenemangsarrangörer har.

För man tillbaks diskussionen till vilka värden som skapas så kan man särskilja två olika värden: Å ena sidan skapas ett penningflöde på grund av kulturinstitutionen som leder till att det skapas omsättning, arbetsplatser och ökade inkomster. Även om man måste vara försiktig att inte inräkna alla penningströmmar då vissa orsakas av den lokala befolkningen och inte är något tillskott till kommunen, så flödar en större del resurser in i kommunen i och med att besökare från andra kommuner spenderar sina pengar i Vara som annars inte hade gjort det. Denna effekt gynnar direkt den lokala ekonomin. Å andra sidan skapar ett värde ofta lycka för besökarna som får uppleva positiva känslor. Detta värde skapar inga penningflöden, men genererar ökad välfärd hos de individer som besöker konserthuset. Även detta värde har mätts och överstiger utgifterna vilket resulterar i ett konsumentöverskott .

I ett sista steg visas värdet som individerna i genomsnitt tillskriver hela vistelsen i Vara samt de resulterande utgifterna och konsumentöverskottet. Anmärkningsvärd i båda tabellerarna är att värdet dvs. betalningsviljan som skapas bland Västra Götalandsbesökarna är lägre än det som skapas bland Vara-besökarna. Detta är anmärkningsvärt eftersom individer från Västra Götaland investerar mer tid och resurser för att ta sig till Vara.

		betalningsvilja för hela kvällen	totala utgifter för kvällen	konsumentöverskott för hela kvällen
Vara	Mean	**534 kr**	**208 kr**	**326 kr**
	N	104	111	111
Västra Götaland	Mean	**526 kr**	**243 kr**	**281 kr**
	N	450	463	463
Total	Mean	**528 kr**	**234 kr**	**294 kr**
	N	560	583	583

Tabell 13: Jämförelse mellan betalningsvilja, utgifter och konsumentöverskott

Om vi utgår ifrån att konserthuset besöks av 35 000 personer varje år så tillåter detta en aggregering av betalningsvilja, utgifter och konsumentöverskott på en kommunal och regional nivå. Besökarantalet från Vara är 7 200 (21,6 %) medan 28 000 besökare kommer från övriga Västra Götaland (79,4 %).

	betalningsvilja för hela kvällen	totala utgifter för kvällen	konsumentöverskott för hela kvällen
Vara	**3 900 000 kr**	**1 500 000 kr**	**2 400 000 kr**
Västra Götaland	**14 600 000 kr**	**6 700 000 kr**	**7 900 000 kr**
Total	**18 500 000 kr**	**8 200 000 kr**	**10 300 000 kr**

Tabell 14: Aggregerad betalningsvilja, utgifter och konsumentöverskott

5. Delstudie 3 – Konserthusets värde på regional nivå

Värdet av kultursatsningar och tillgång till kultur ökar mer för en region än för en för en enskild kommun. Den tredje delstudien avser att ge en tydlig bild av dessa, regionala effekter. En viktig del av den tredje delstudien är att diskutera effekterna i termer av värde, livskvalitet och attraktionskraft. Olika metoder för att beskriva dessa effekter kommer att tillämpas. (jfr Bille Hansen, 1997)

Syftet är:

- Att redogöra för svensk och internationell forskning kring dessa frågor
- Att samla in data relaterade till kultursatsningen i Vara
- Att beskriva regionala effekter av kultursatsningen i Vara
- Att rekommendera indikatorer och mätmetoder för effekter av kultursatsningar

5.1. Optionsvärde, Existensvärde och Arvedel

I följande avsnitt redovisas resultaten av den tredje delstudien. Delstudie 3 syftar till att kartlägga de värden som Vara konserthus skapar bland olika befolkningsgrupper. Till skillnad från delstudie 2 som undersökte värdet som **upplevelsen** skapade hos besökaren så handlar denna delstudie om värdet som skapas hos alla individer, oavsett om de har besökt konserthuset eller inte. Värdet som skapas bland samtliga besökare sammanfattas i denna undersökning under begreppet ”icke-brukarvärden”. Beroende på forskningsområde så kan icke-brukarvärdet delas in i bl.a. existensvärde, optionsvärde eller arvedelsvärde.

Att varor och tjänster inte bara är värdefulla för brukare konstaterade redan Adam Smith, en av nationalekonomins mest betydande personer. Han ansåg att människor inte bara värderar varor och tjänster egoistiskt, utan skriver även att:

> ”How selfish soever man may be supposed, there are evidently some principles in his nature which interest him in the fortune of others, and render their happiness necessary to him, though he derives nothing from it except the pleasure of seeing it” (smith, 1970:65).

Smith anser att även ”omtanke” om andra människor kan öka nyttan för en individ, oavsett om människan själv bryr sig om en kulturell institution. Dessa altruistiska motiv kan gälla både de som lever idag och de som kommer att leva i framtiden. Altruistiska motiv för framtida generationer skapar således värden.

Weissglas, Paju, Westin och Danell (2002) anser i sin rapport att de värden som den byggda (kultur) miljön bidrar med för icke-brukare kan klassificeras på följande sätt:

Optionsvärde: Värdet anger kulturinstitutionens förmåga att dels sprida värden till andra delar av regionen, dels att stimulera individer till användning av kulturinstitutionens (nuvarande och) framtida resurser.

Existensvärde: Ett värde som anger kulturinstitutionens förmåga att påverka individers identitet och välfärd p.g.a. dess existens.

Existensvärdet, som i sin enklaste definition är helt oberoende av användandet av en viss kulturresurs, härstammar från det faktum att människor är villiga att betala för att en viss kulturresurs existerar. Fisher och Hanemann (1986) särskiljer två skäl som motiverar bevarande av unika kulturresurser. För det första att bevara kulturarv som kan vara gynnsamma i framtiden. För det andra att kulturinstitutionen kan vara nödvändig för att samhället skall fungera. Båda faktorerna bidrar till en kulturinstitutions icke-brukarvärde (Johansson 1989). Begreppet existensvärde anses härstamma från en artikel från 1967 införd i American Economic Review nr 57. Artikelförfattaren J. A. Krutilla som för övrigt var den första forskaren att använda CVM-metoden för att räkna ut konsumentöverskottet, menar att:

> ”There are many persons who obtain satisfaction from mere knowledge that part of wilderness of North America remains even though they would be appalled by the prospect of being exposed to it” (Krutilla, 1967:781).

Inom forskningen har existensvärdebegreppet sedan dess varit utsatt för debatt. Debatten har främst omfattat definition av begreppet existensvärde, vilket i praktiken innebär att forskarna varit oense om motiven. Är det bara altruistiska motiv eller är det en kombination av altruism och en slags konsumtion av kulturresursen ”genom andra”? Boyle och Bishop (1985) urskiljer fyra altruistiska motiv för existensvärde; välvilja mot vänner och släktingar och medkänsla för människan, vilket leder dem till att definiera existensvärde som

> ”the term existence value should be used to refer to non-use values that arise due to altruistic motives” (Boyle och Bishop, 1985:46).

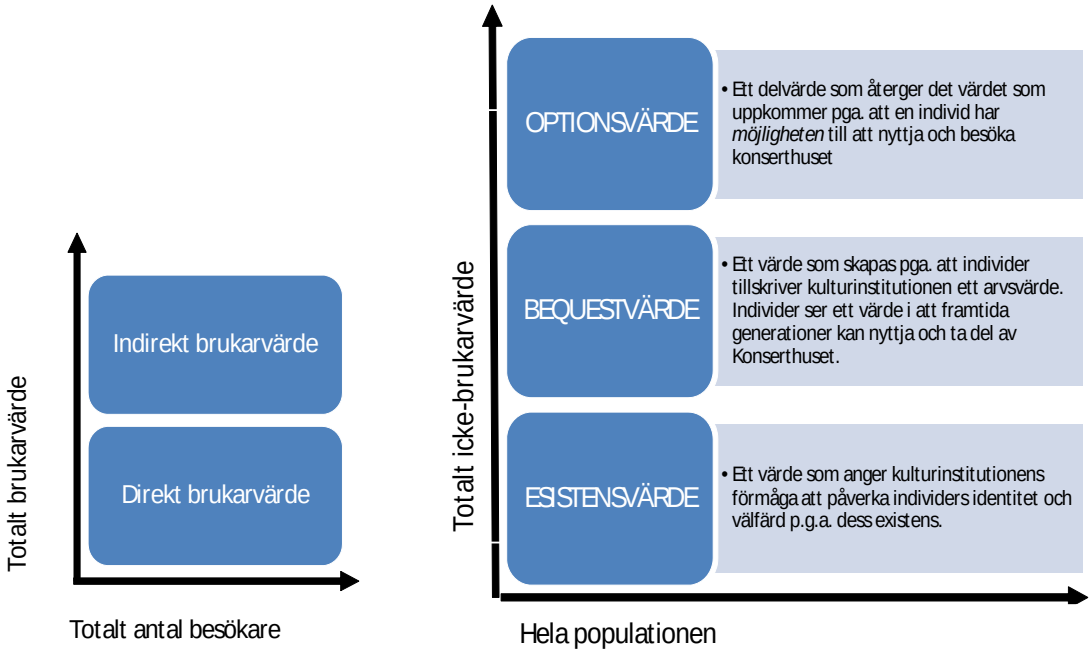
Även Noonan (2002) hävdar i sin bibliografi, om de mest betydelsefulla studier som genomförts under senare decennier, att:

> “Environmental (and cultural) amenities are often characterized by providing recreational or "use" values, but many important environmental (and cultural) public goods have "non-use" values. These values include "existence value" … "altruistic value" … option value" …"bequest value" … or other "intrinsic values" for the good that people may have. Each of these types of esoteric values play prominent roles in the cultural arena as well.” (Noonan, 2002:4)

Frey och Pommerehne (1989) instämmer i nödvändigheten att ta hänsyn till såväl brukar som icke- brukarvärden. Freys och Pommerehnes (1989) angreppssätt redovisas i figuren nedan som effektivt särskiljer de två värdena. För författaren är det självklart att även om en person inte själv utnyttjar kulturutbudet som tillhandahålls så kan personen i fråga mycket väl uppleva det som en tillgång att man har valet att kunna uppleva kultur. Även att veta att framtida generationer har tillgång till samma utbud kan upplevas som värdefullt.

> "these methods involve distinguishing between the direct use benefits of heritage (and culture in general) that accrue to those using the assets, such as tourists, and the indirect or non-use benefits that accrue to the community at large. … latter (values) arise outside the market, and have to be measured by special-purpose studies designed to gauge people's willingness to pay to preserve the heritage in question. These non-use values may relate to the asset's existence value (people value the existence of the heritage item even though they may not consume its services directly themselves); its option value (people wish to preserve the option that they or others might consume the asset's services at some future time); and its bequest value (people may wish to bequeath the asset to future generations). These non-use values are not observable in market transactions, since no market exists on which the rights to them can be exchanged", Thorsby, D, (2006:6)

Kategoriseringen som framfördes av Throsby visualiseras i figuren nedan. Det är viktigt att förstå att ett icke-brukarvärdet inte bara kan existera bland personer som inte har besökt kulturinstitutionen. Alla individer tillskriver kulturvaror vissa existens-, options- eller andra värden (även de som brukar kulturinstitutionen regelbundet). Det är t.o.m. troligt att existensvärdet bland dem som frekvent brukar kulturinstitutionen tillskriver upplevelsen eller varan ett högre icke-brukarvärde. En möjlig hypotes är således att brukarvärdet och icke-brukarvärdet bland "brukare" korrelerar.



på kulturresurser.

5.2. Metod och datainsamling

Oavsett om motiven för en individs icke-brukarvärde härstammar från altruism eller egoism kommer ett värde att kunna beräknas. Detta är delstudiens utgångspunkt och grundantagande. Denna studie utgår ifrån att CVM är en lämplig metod som gör det möjligt att mäta samtliga icke-brukarvärden. Datainsamlingen som genomfördes skulle ge svar på frågan: Vilket är icke-brukarvärdet av Vara konserthus bland individer i Vara och Västra Götaland?

Datainsamlingen i praktiken

Studiens syfte var att ge en representativ bild av viket värde konserthuset skapar i Västra Götaland och Vara kommun. Ett slumpmässigt urval användes för att generera 250 respondenter från Vara och 350 respondenter från Västra Götaland. Studien antar att urvalen ger möjlighet till att dra generella slutsatser kring populationerna

Uppdraget att samla in data lämnades över till SIFO Research International Sweden AB. Med anledning av att två populationer behövdes (Vara kommun och Västra Götaland) ansågs det bästa sättet att samla in data vara telefonintervjuer. Denna intervjuform ger möjlighet till goda urval samtidigt som det inte krävs någon närvaro i fysisk form för att genomföra intervjun. Dessa och framför allt kostnads och tidsaspekter gjorde att personliga intervjuer inte var aktuella. Även en webbaserad eller postenkät uteslöts p.g.a. tidsaspekten samtidigt som dessa former ger sämre möjlighet att kontrollera bortfallet. Även låga svarsfrekvenser bland de två sistnämnda formerna ansågs vara ett hot mot undersökningens representativitet. Enkätfrågorna formulerades först baserad på teoretiska kunskaper. Sedan genomfördes en testundersökning innan enkäten skickades till SIFO Research International Sweden AB. I det inledande skedet av undersökningen testades enkäten fortsättningsvis av SIFO för att göra de relativt komplicerade frågorna mer tillgängliga för respondenterna. Målet var att minska förståelseproblem som på något sätt kunde påverka respondentens medverkan eller studiens tillförlitlighet. Själva datainsamlingen genomfördes mellan 5 augusti och 21 augusti.

Enkäten bestod av kategoriseringsfrågor och frågor som syftade till att mäta individers betalningsvilja för att bevara konserthuset. Som beskrivit ovan så delades det totala värdet in i tre olika delvärden (delbetalningsviljor); optionsvärde, arvedelsvärde och det totala värdet. Genom att subtrahera options- och arvedelsvärdet från det totala värdet så kan även slutsatser om ett eller flertalet andra värden dras. Bland dem existensvärdet. Enkätens utformning återfinns i Appendix 9.

Beträffande urvalet ger projektets kontaktperson på SIFO Research International Sweden AB följande beskrivning:

”Urvalet dras slumpmässigt bland listade telefonnummer i Vara (kommunkod 1470) och VG (14) län utom 1470. Listade telefonnummer innebär att endast telefonnummer som går till hushåll ingår i urvalet. Hemliga telefonnummer är de enda som i detta fall inte haft någon chans att ingå i urvalet. Detta var dock det bästa alternativet eftersom andra metoder skulle inneburit att vi inte kunnat säkerställa att hushållet tillhörde rätt kommun/län eller att det gick till ett hushåll.”

”Vid kontakt med ett hushåll görs urval inom hushållet helt slumpmässigt genom att använda en metod som i litteraturen refereras till som ”Troldahl-Carter”. Den innebär att vi frågar hur många som finns i hushållet och är 16 år eller äldre. Om fler än en, frågas hur många som är kvinnor. Därefter väljer vi respondent i hushållet helt slumpmässigt. Om den utvalda personen ej är hemma/tillgänglig bokar vi tid och försöker återkomma.”

Sammanlagt bestämdes populationen att inkludera 600 personer uppdelade på Vara kommun (250) och Västra Götaland (350).

Undersökningen visar en överrepresentativitet av kvinnor för urvalet ur Västra Götaland (61,7 % kvinnor och 38,3 % män). För att jämna ut denna skevhet har svaren för denna grupp viktats. Detta bör beaktas i den kommande analysen. Överrepresentativitet av kvinnor kan härledas till beteendet i telefonsvaren. I ca 70 % av fallen svarar kvinnan i telefonen om man genomför telefonintervjuer till hemtelefoner (SCB). Och enligt SIFO Research International Sweden AB så finns det idag ingen urvalsmetod som kompenserar för detta om man inte väljer att kvotera antalet män och kvinnor som ska inkluderas i studien. En kvotering genomfördes inte i denna studie. I Varas urval är fördelningen emellertid jämn (48,4 % män och 51,6 % kvinnor).

5.3. Resultat från delstudie 3

5.3.1. Respondenterna

Följande avsnitt ger en beskrivning av personer som deltog i undersökningen. Analysen av befolkningen i Vara och Västra Götaland kommer att ske parallellt. Urvalet anses vara representativt för Varas och Västra Götalands befolkning.

Hur många har besökt Vara konserthus?

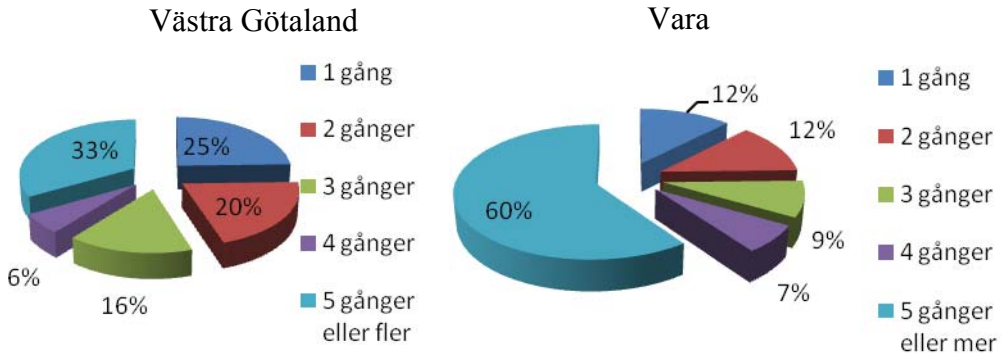
I genomsnitt så har 18 % befolkningen i Västra Götaland (över 16 år) besökt konserthuset någon gång. 82 % av Västra Götalands befolkning har aldrig besökt konserthuset. Bland besökarna är det fler kvinnor 55 % än män 45 %. Även individer som är gifta/sambo/registrerat äktenskap och inte har några barn är mer benägna att besöka konserthuset än andra.

Som förväntat ser bilden annorlunda ut bland befolkningen i Vara kommun. Bland Varas befolkning har 78 % av befolkningen besökt Vara konserthus medan endast 22 % av befolkningen aldrig har varit på konserthuset.

			Frequency	Valid Percent
Vara	Valid	Ja	196	**78**
		Nej	57	**22**
		Total	253	**100**
Västra Götaland	Valid	Ja	62	**18**
		Nej	283	**82**
		Total	345	**100**
Totalt	Valid	Ja	273	**46**
		Nej	325	**54**
		Total	599	**100**

Figur 42: Har respondenten besökt konserthuset?

Hur många gånger har besökare varit på konserthuset?
Som figuren nedan visar så kan man inte se några klara tendenser i besöksbeteendet bland Västra Götalands befolkning. Den enda slutsatsen man kan dra är att den största delen har varit där fem eller fler gånger vilket tyder på att de besökare som går på föreställningar gör det relativt ofta. Beträffande Varas befolkning är fördelningen mer transparent. 60 % av besökarna har gjort det fem eller fler gånger..



Figur 43: Antal gånger respondenterna har besökt konserthuset

Ett första steg för att kunna få en uppfattning om vem som har besökt konserthuset är att analysera skillnader mellan mäns och kvinnors beteende. I den totala populationen är som nämnt 62 % kvinnor och 38 % män. Könsfördelningen bland respondenterna i Vara är mycket jämn. 52 % av respondenterna var kvinnor och 48 % män.

			Frequency	Valid Percent
Vara	Valid	Man	121	**48**
		Kvinna	129	**52**
		Total	250	**100**
Västra Götaland	Valid	Man	134	**38**
		Kvinna	216	**62**
		Total	350	**100**

Figur 44: Könsfördelningen bland alla respondenter från Västra Götaland

Skevheten i urvalet av Västra Götalands respondenter kompenserades i fortsatta analyser genom en viktning som SCB genomförde[33].

5.3.2. Värden bland befolkningen i Vara och Västra Götaland

Västra Götaland
Enkäten som syftade till att mäta värdet som Vara konserthus skapar bland Varas befolkning inkluderar som tidigare nämnts tre olika värden; options-värde, arvedelsvärde och existensvärde. Sammanlagt så är så värdet dvs. den skatt som befolkningen i snitt är beredd att betala för konserthuset i genomsnitt 198 kronor per år. Detta värde fördelar sig (se nedan i figuren) med 84 kronor på options-värde, 90 kronor på arvedelsvärde och 29 kronor på existensvärde.

[33] Viktningen ligger på 1,15

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OPTIONSVÄRDE	241	0	1400	**84**	165,9
ARVEDELSVÄRDE	246	0	700	**90**	151,1
EXISTENSVÄRDE	267	0	650	**29**	70,3
TOTALT VÄRDE	252	0	2100	**203**	332,1

Tabell 15: Icke-brukarvärden för Västra Götaland

Eftersom värdena är anger genomsnittsvärdet per person i är det möjligt att multiplicera värdena med den totala befolkningen i Västra Götaland som är över 16 år (1 320 000 personer) och sedan dra slutsatser om det totala värdet som skapas på regional nivå.

Vara kommun

Samma frågor som ställdes till Västra Götalands befolkning, om icke-brukarvärden, riktades även till Vara kommuns invånare. Inte helt oväntat så är värdet som konserthuset skapar här högre än värdet som skapas i Västra Götaland. En orsak är optionsvärdet stiger med ökad tillgänglighet. Men även arvedelsvärdet bör vara högre. Optionsvärdet för icke-brukaren i Vara kommun är 122 kronor. Värdet som förknippas med framtida generationers möjlighet att uppleva konserthuset uppskattas till 149 kronor. Gemensamt för både optionsvärdet bland personer i Västra Götaland och Vara kommun är att options-värdet är lägre än arvedelsvärdet. Värdet är 14 % av det totala värdet i båda populationer.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OPTIONSVÄRDE	185	0	1500	**122**	219,3
ARVEDELSVÄRDE	186	0	1000	**149**	229,5
EXISTENSVÄRDE	201	0	1000	**38**	107,1
TOTALT VÄRDE	185	0	2500	**309**	474,6

Tabell 16: Icke-brukarvärden för Vara kommun

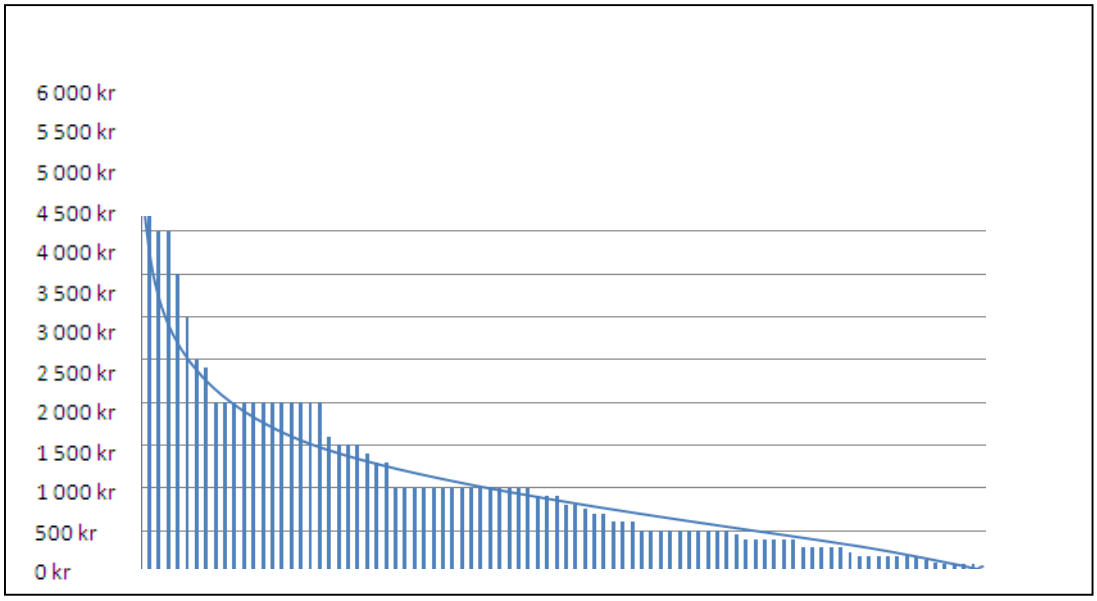
Genom att aggregera icke-brukarvärdena på en kommunal nivå så är det möjligt att dra slutsatser om det totala värdet som skapas i Vara kommun. Studien utgår ifrån att Varas totala befolkning som är äldre än 16 är 12 966 personer. Genom att multiplicera antalet personer med genomsnittsvärdet är det möjligt att uttala sig om det totala värdet. Tabell 17 specificerar icke-burkarvärdena för Vara Kommun.

	OPTIONSVÄRDE	ARVEDELSVÄRDE	EXISTENSVÄRDE	TOTALT VÄRDE
Mean	122 kr	149 kr	38 kr	309 kr
Personer	12 966	12 966	12 966	12 966
Totalt värde	**1 584 772 kr**	**1 937 170 kr**	**495 514 kr**	**4 006 494 kr**

Tabell 17: Ackumulerade värden för Vara kommun

Hur det totala värdet ser ut bland individerna i Vara kommun visar även figuren nedan. Totalt är ca 6 000 av de 12 966 personerna beredda att betala skatt för att bevara konserthuset En tydlig skillnad mellan de värden som skapas bland olika grupper kan fastställas. Att det uppstår ”trappsteg” eller ”trösklar” vid 500 kr, 1000

kr och 2000 kr beror på att respondenterna är benägna att ange jämna tal istället för ojämna som exempelvis 479 kr.



Figur 45: Sammanlagda värdet i Vara kommun

Det totala värdet som skapas av konserthuset är ytan som uppstår mellan den utmärkta trendlinjen och de två axlarna. Under antagandet att urvalet är representativt för Varas befolkning så kan man genom en aggregering av olika individers värdering komma till det sammanlagda värdet. Det totala värdet av alla individer som bor i Vara kommun summeras till 4 mkr[34]. Icke-brukarvärdet kan sedan delas in i options-värdet: 1,6 mkr, arvedelsvärdet: 1,9 mkr och rest-värdet: 0,5 mkr.

Fördjupad värde-analys

Antar man som ovan nämnt att möjligheten att besöka konserthuset avtar med ökande avstånd så är det närliggande att anta att ju längre en person bor ifrån konserthuset, ju mindre är han beredd att betala för kulturinstitutionen. Figuren nedan visar på skillnader i värdet som Varas befolkning och Västra Götalands befolkning tillskriver konserthuset. En tydlig skillnad i hur olika befolkningsgrupper värderar konserthuset blir synlig. Medan befolkningen i Vara tillskriver konserthuset ett totalt värde på 309 kronor så tillskriver Västra Götalands befolkning konserthuset endast ett värde på 198 kronor. Gemensamt för befolkningsgrupperna är att arvedelsvärdet är högst och utgör ca 45 % av det totala värdet. Existensvärdet utgör endast 38 kronor respektive 29 kronor av det totala värdet.

	OPTIONS-VÄRDE	ARVEDELS-VÄRDE	EXISTENS-VÄRDE	TOTALT VÄRDE
Vara	122	149	38	309
Västra Götaland	84	90	29	198

[34] Total befolkning 15.926, antal personer som är 16 år eller yngre: 3042, personer som är äldre än 16 är 12.966

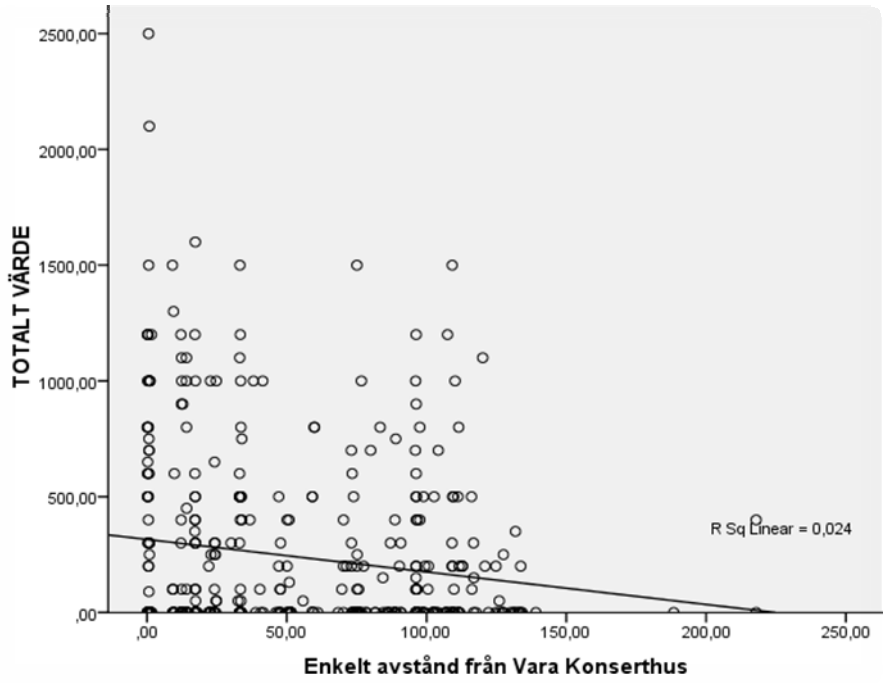
Figur 46: Jämförelse av värden mellan Varas och Västra Götalands befolkning

Att jämföra individers värdering efter var de bor tar analysen ett steg längre. Det blir uppenbart att värderingen förändras med ökande avstånd. Det värdet som ej korrelerar är existensvärdet. För alla andra värden kan ett signifikant samband mellan avstånd och värde påvisas.

		Enkelt avstånd från Vara Konserthus
OPTIONSVÄRDE	Pearson Correlation	-,127**
	Sig. (2-tailed)	,009
	N	426
BEQUESTVÄRDE	Pearson Correlation	-,167**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	430
EXISTENSVÄRDE	Pearson Correlation	-,044
	Sig. (2-tailed)	,340
	N	464
TOTALT VÄRDE	Pearson Correlation	-,153**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	435
Enkelt avstånd från Vara Konserthus	Pearson Correlation	1,000
	Sig. (2-tailed)	
	N	587,780

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Figur 47: Samband mellan avstånd och värde



Figur 48: Graf som visar sambandet mellan avstånd och icke-brukarvärde

I delstudie 2 redovisades brukarvärdena dvs. värden som endast uppstår bland individer som har besökt konserthuset. Med tanke på att individer som har besökt konserthuset kan vara emotionellt knutna till institutionen och förknippar konserthusets med lycka är det intressant att analysera värdeskillnader mellan

besökare och icke-besökare. Figuren nedan visar tydliga skillnader i värderingen. Framför allt options- och arvedelsvärdet skiljer sig åt bland grupperna.

		OPTIONSVÄRDE	ARVEDEL	EXISTENSVÄRDE	TOTALT VÄRDE
Ja	Mean	**149 kr**	**159 kr**	**40 kr**	**350 kr**
	N	193,4	194,5	206,0	193,8
	Std. Deviation	250 kr	225 kr	106 kr	501 kr
Nej	Mean	**61 kr**	**81 kr**	**27 kr**	**168 kr**
	N	237,7	241,9	265,4	247,0
	Std. Deviation	127 kr	158 kr	75 kr	301 kr

Figur 49: Skillnader i icke-brukarvärde mellan besökare och icke-besökare

Personer som någon gång har besköt konserthuset tillskriver det ett betydligt högre värde 350 kronor än de som aldrig besökt konserthuset 168 kronor.

Från ett könsperspektiv är det intressant att analysera huruvida könet påverkar betalningsviljan. Som figuren nedan visar så kan vi konstatera att män över lag är beredda att betala mer skatt för att bevara konserthuset. Huruvida detta hänger samman med kulturintresse eller en högre inkomst och utbildning ger studien inget svar på.

		OPTIONSVÄRDE	ARVEDEL	EXISTENSVÄRDE	TOTALT VÄRDE
Man	Mean	118 kr	133 kr	37 kr	290 kr
	N	234,6	234,6	248,4	234,6
	Std. Deviation	230 kr	218 kr	104 kr	469 kr
Kvinna	Mean	80 kr	96 kr	28 kr	201 kr
	N	196,5	201,8	223,0	206,2
	Std. Deviation	145 kr	161 kr	71 kr	328 kr

Figur 50: Könsrelaterade vätrderingsskillnader

6. Slutdiskussion

Undersökningen inkluderar olika studier och denna sista del kommer att sammanfatta och diskutera de mest intressanta aspekterna.

Den första delstudien diskuterar möjligheter att hitta indikatorer som visar om och hur Vara kommun har påverkats i sin utveckling genom att Vara konserthus grundades. Bruttoregionprodukten (BRP) hade ökat under de senaste åren. Det är generellt svårt att med säkerhet förknippa utvecklingen till konserthusets byggnation och drift. Antalet intervenerande variabler som exempelvis nyetablering eller nedläggning av andra företag är för stor. De viktigaste indikatorerna som undersöktes var bruttoregionprodukt, befolkningsutvecklingen, inkomst och sysselsättning, kulturklimatet och turism.

Även om det är få tillresta besökare som övernattar i Vara efter att ha besökt konserthuset, har beläggningen på övernattningsenheterna[35] sedan konserthusets byggnation ökat. Detta är speciellt intressant eftersom även antalet övernattningsenheter har ökat under samma period (från tre till sex enheter) vilket innebär att efterfrågan från konsumenternas sida har ökat snabbare än ökningen i övernattningskapaciteten. En möjlig förklaring till varför antalet övernattningar har ökat kan vara att fler artister inkvarteras. Men även den pågående konferensverksamheten i konserthuset kan vara en gynnsam faktor.

Ökningen av övernattningar är endast en av många indikatorer som tyder på positiva förändringar. Andra viktiga indikatorer är en ökande inflyttning, ökande disponibel inkomst och ökande bruttoregionalprodukt. Framför allt den sistnämnda effekten anses inom forskningen ha avgörande betydelse för ett samhälles välfärd. Varas ökning i BRP är betydligt högre än jämförbara kommuner i Västra Götaland.

En kombination av olika indikatorer kan i framtiden leda till bättre insikt om huruvida konserthuset bidrar till ”nöjdhet” och ”välfärd” bland befolkningen, en starkare image och en högre attraktionsförmåga av Vara. En sammankoppling av utgifter för kultur per invånare tillsammans med en ”nöjd-invånar-index” från flertalet kommuner i Västra Götaland kan ge värdefull information om huruvida befolkningen i kommuner med ökat kulturutbud är mer nöjd än i andra. Att en ökad nöjdhet och lycka bland befolkningen i sin tur är en lokaliseringsfaktor för både människor och företag har framförts av forskningen (Lindeborg, 1991).

Delstudie två och tre som syftar till att mäta vilket bidrag konserthuset skapar i just Vara kommun visar att en mycket stor andel av värdet skapas utanför kommunens gränser vilket betyder att regionen som helhet gynnas av konserthuset. Contingent Valuation som tidigare har använts relativt sparsamt för att mäta värdet av kultur och ger hopp för fortsatt användning inom kulturekonomi. Den generella uppfattningen är att resultaten som genereras är logiska och motsvarar den verkliga situationen.

[35] Hotell, Vandrarhem, pensionat och campingplatser

Att det uppmätta brukarvärdet är positivt är i en studie av denna typ inte ovanligt. Det totala brukarvärdet uppgår till 18,5 mkr och konsumentöverskottet motsvarar 10,3 mkr. Värdet av att ha konserthuset dvs. värdet av dess existens för Varas befolkning uppgår till 4 mkr. Befolkningen är således beredd att betala skatt för konserthusets ”existens”. Dessa värden inkluderar även läro- och utbildningseffekter, prestige-effekter m.m. Värdet som Varas samtliga invånare attribuerar konserthuset är betydligt högre per person än det värde som Västra Götalands befolkning tillskriver konserthuset.

Delstudie två visade också att de föreställningar som organiserades av managementföretag som hyr ut artister arbetar för företagsekonomiska mål. Denna målsättning står i kontrast till målet som kommunala och regionala politiker har att maximera befolkningens välfärd. Det kan finnas en motsättning mellan de företagsekonomiska målsättningar som Vara konserthus som företag har och de samhällsekonomiska målsättningar som politiker har genom den offentliga finansieringen.

En slutdiskussion kan också återknyta till den inledande diskussionen kring socialt kapital. Om man skapar en kulturell attraktion i ett samhälle av Vara konserthus dimensioner innebär detta å ena sidan en stor insats finansiellt och organisatoriskt. Men en sådan förändring i samhället präglar även ”mänsklig interaktion ur vilken relationer uppstår som skapar strukturer för handling” (Bergstrand, 2007). Medborgerligt engagemang, samarbete, förtroende och deltagande kan bidra till ekonomisk och social utveckling (Fritihofsen, 2006).

En enkel slutsats kan således vara att socialt kapital främjar den lokala utvecklingen. Detta innebär att Vara konserthus inte enbart ger positiva ekonomiska effekter som denna studie redovisar utan genom att skapa nya relationer, förtroende och kontakter även bidrar till ökat socialt kapital. Detta skulle således leda till ny lokal utveckling och kunna anses vara en effekt av en kultursatsning. Verkligheten är dock mer komplicerad än så. Det finns nämligen inga studier som påvisat något statistiskt säkerställt positivt samband mellan den sociala ekonomins omfattning, mätt på olika sätt, och lokal utveckling.

Trots detta är uppfattningen att socialt kapital som i sin tur är förankrat i ett starkt förtroende är ytterst betydelsefull i lokal utveckling. Niklas Ekdahl, politisk redaktör, Dagens Nyheter (2007-01-23) gör ett starkt men förmodligen korrekt uttalande när han konstaterar att ”Förtroende människor emellan är den viktigaste av alla råvaror i en globaliserad värld. Storlek hjälper inte, naturtillgångar hjälper inte, industriella traditioner hjälper inte, om du saknar ett gott styre baserat på tillit”. Socialt kapital bör således anses vara en katalysator för att kunna forcera lokal utveckling.

I ett sista steg ska de värden som årligen skapas genom konserthuset ställas mot de kommunala och regionala bidrag som konserthuset tar emot.

Typ av värde	Värde	Typ av bidrag	Belopp
Brukarvärde Vara	3,9 mkr	Kommunala bidrag	9,4 mkr
Icke-brukarvärde Vara	4 mkr		
Brukarvärde Västra Götaland	14,6 mkr	Regionala bidrag	2,9 mkr[36]
Icke-brukarvärde Västra Götaland	*267 mkr*		
Totalt	**22,5 mkr + *267 mkr***	**Totala bidrag**	**12,3 mkr**

Tabell 18: Jämförelse mellan skapade värden och offentliga bidrag

Tabellen visar att det sammanlagda värdet som skapas överstiger de totala kommunala och regionala bidragen. Bryter man ner värdena och bidragen så ser man att de kommunala bidragen överstiger värdet som skapas i kommunen. Däremot överstiger värdet som skapas i regionen med stor marginal de regionala bidragen.

Invånarna i regionen har en mycket hög värdering av Vara konserthus och är beredda att via skatter bidra kraftfullt (icke-brukarvärde för Västra Götaland = 267 mkr) för att ha Vara konserthus inom regionen. Att inställningen till detta är positiv visar denna studie som belägger att 56 % av befolkningen i Västra Götaland kan tänka sig betala skatt för at bevara konserthuset.

[36] Regionens totala bidrag är 18 mkr. En stor del av summan går emellertid till ensembler. Den del av bidraget som går till konserthusets verksamhet uppskattas till 2,9 mkr.

Referenser

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th Edition, John Wilkey & Sons, Inc., New York.

Andersson, T., Rustad, A., & Solberg, H. A. (2004). Local residents' monetary evaluation of sports events. *Managing Leisure*, 9(3), 145–158.

Andersson, T. (1985), Vad hände när Bruce var i stan? FE-rapport 256 Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Andersson, T. D., & Samuelson, L. A. (2001). Financial Effects of Stockholm 2000 on the Public Sector; An Economic Impact Analysis of a Millennium Festival. European Tourism Research Institute, Östersund.

Armbrecht, J. & Lundberg, E. (2006). From Quality to Expenditures – A Case Study, of Storsjöyran Music Festival, Sweden, GBS, Gothenburg, http://www.handels.gu.se/epc/archive.

Baade, R. A. and R. F. Dye (1988). "An analysis of the economic rationale for public subsidization of sports stadiums." The Annals of Regional Science **22**(2): 37-47.

Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions. *Annals of Tourism Research*. 27(3), 785-804.

Barbier E. B. (1991) Environmental degradation in the Third Word, in PEARCE D. W. (Ed) Blueprint 2: Greening the World Economy. Earthscan, London.

Bateman, I.J. and Langford, I.H., 1995. Non-users' Willingness to Pay for a National Park: An Application and Critique of the Contingent Valuation Method. Regional Studies, vil. 36 pp. 571-582.

Baumol, William J. and Bowen, William G., 1993. Performing arts: the economic dilemma: a study of problems common to theatre, opera music and dance, Aldershot: Gregg Revivals.

Becker, Gary S. (1978). The Economic Approach to Human Behavior. University of Chicago Press.

Bille Hansen, T. (1997). "The Willingness-to-Pay for the Royal Theatre in Copenhagen as a Public Good." Journal of Cultural Economics **21**(1): 1-28.

Bishop, R. and T. Heberlein (1979). Measuring Values of Extramarket Goods: Are Direct Measures Biased? American Journal of Agricultural Economics 61, 926-930.

Blackwell, J. Heilbrun and C.M. Gray (1993), The Economics of Art and Culture. An American Perspective, Cambridge, Cambridge University Press;

Boyle, K. J. & Bishop R. C. (1985): *The Total Value of Wildlife Resources: Conceptual and Empirical Issues*, Association of Environmental and Resource Economists workshop on recreational demand modelling, Boulder, Colorado, 17-18 maj 1985.

Borofsky, R., 1998. Forms of Capital, in Richardson, John G. (ed) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York: Greenwood.

Carson,R.T., Flores, N.E. and Meade, N.F. 2001. Contingent Valuation: Controversies and Evidence, Environmental and Resource Econiomics, vol. 19 pp 173-210.

Clark, Charles M.A., 1995.Institutional Economics and the Theory of Social Value: Essays in honor of Marc R. tool, Boston: Kluwer Academic Publishers.

Crompton, J., Lee, S., & Shuster, T. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40, 79–87.

Davis, R., 1963. The Value of Outdoor Recreation: An Economic Study of the Maine Woods, doctoral dissertation in economics, Harvard University.

Dillman, D. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*. Wiley. New York.

Fishburn, Peter C. Utility Theory for Decision Making. Huntington, NY. Robert E. Krieger Publishing Co. 1970

Fisher, A.C. and W.M. Hanemann (1986): "Option value and the extinction of species", in V.K. Smith (ed.): Advances in Applied Micro-Economics. Greenwich, CT: JAI Press.

Frey B.S. och Pommerehne W.W. (1989). Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts, Oxford;

Garrod, G. And Willis, K.G. (1999). Economic Valuation of the Environment – Methods and Case Studies. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Gelan , A. (2003). Local Economic Impacts: The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 406–425.

Getz, D, (2004). Event and Festival Management. 2nd ed. Draft.

Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2002). *Marketing Research: Within a Changing Environment*. McGraw-Hill, New York.

Heberlein, T., & Baumgartner, R. (1978). Factors Affecting Response Rates to Mailed Questionnaires: A Quantitative Analysis of the Published Literature. *American Sociological Review*, 43(4), 447-462.

Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. (2005). Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, 43(4), 360–367.

Johnson, A. T. and A. Sack (1996). "Assessing the value of sports facilities: The importance of noneconomic factors." *Economic Development Quarterly* **10**(4): 369.

Kahneman, D and Knetsch, J. 1992. Valuing Public Goods: the Purchase of Moral Satisfaction, journal of Environmental Economics and Management, vol. 22 pp. 57-70.

Kidder, L. H., & Judd, C. M. (1986). *Research Methods in Social Relations 5th ed*. Dryden Press, New York.

Krutilla, J (1967) Conservation Reconsidered, American Economic Review, vol. 57, pp. 787-796

Li, C.Z. and Mattsson, L. (1995). Discrete choice under preference uncertainty: An improved structural model for contingent valuation. *Journal of Environmental Economics and Management*, 28: 256-269.

Lindberg, K., Andersson, T., & Dellaert, B. (2001). Tourism Development; Assessing Social Gains and Losses. *Annals of Tourism Research*. Vol 28 (4) pp 1010–1030.

Lindeborg, L, 1991. Kultur som lokaliseringsfaktor – Erfarenheter från Tyskland. Stockholm: Allmänna förlaget.

Lindeborg, Lisbeth, 2007. Kulturen som Arbetsmarknad expanderar kraftigt. I Ayata, B, 2007. Kulturekonomi – Konsten att fånga osynliga värden. Studentlitteratur, Lund.

Loomis J.B. 1998. Broadening the Concept of Measuring Existence Value, North-eastern Journal of Agricultural and Resource Economics, vol. 18 pp. 25-9.

Loury, Glenn. C. 1977. "A Dynamic Theory of Racial Income Differences." In P.A. Wallace and A. Lamond (eds.). *Women, Minorities and Employment Discrimination*. Lexington, MA: Lexington Books.

Lundmark, L. (2005) Economic Restructuring into Tourism in the Swedish Mountain Range. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1):23-45

Löffler, G. (2006) The impact of tourism on the local supply structure of goods and in peripheral areas: the example of northern Sweden. In Jansson, B. & D.K. Müller (2007). (eds.) Tourism in Peripheries. Perspectives of the far North and South Wallingford: CABI.

Macinko, James & Starfield, Barbara (2001) »The utility of social capital in research on health determinants«. The Milbank Quarterly, 79, 387-427.

Mitchell, R. C. and R. T. Carson (1989). Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method Washington D. C., Resources for the Future.

Myerscough, John (1988). THE ECONOMIC IMPORTANCE OF THE ARTS IN BRITAIN. Policy Studies Institute, London.

Nash Jr., John F. The Bargaining Problem. *Econometrica* 18:155 1950

Navrud, S. and R. C. Ready (2002). Valuing Cultural Heritage. Cheltenham: Edward Elgar.

Netzer, N (1978), The Subsidized Muse, a twentieth Century Fund study, Cambridge University Press, 1978

Nilsén, Tobias, 2005. En del av Världen: En ekonomisk analys av Sveriges symfoniorkestrar, Stockholm: Volante QNB Publishing.

Noonan, D. S. (2003). "Contingent Valuation and Cultural Resources: A Meta-Analytic Review of the Literature." Journal of Cultural Economics **27**: 159-176.

Payne, J., Bateman, J., and Johnson, E. (1992) Behavioural decision research: A constructive processing perspective. Annual Review of Psychology 43: 87-131.

Pearce D. W. and Turner R. K. (1990) Economics of Natural Resources and the Environment. Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead.

Putnam, R. (1993). Making Democracy Work: Civil Traditions in Modern Italy, Princeton, Princetown University Press

Putnam, Robert D. 2001. Den ensamme bowlaren : den amerikanska medborgarandans upplösning och förnyelse. Stockholm: SNS förlag.

Richards, G, 2007. Cultural Tourism - Global and Local Perspectives, New York: The Haworth hospitality Press

Rinne, P.& Saastamoinen, O. (2005) Local Economic Role of Nature-based Tourism in Kuhmo Municipality, Eastern Finland *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 5(2):89–101

Silverman, D. (2001). Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text and interaction. London, Sage.

Smith, Adam (1790): *Theory of Moral Sentiments*, ur Heilbroner (1986): *The Essential Adam Smith*, sid. 65.

Throsby, D., 2001. Economics and Culture. Cambridge: the Cambridge University Press.

Throsby, D., (2006). Paying for the Past: Economics, Cultural Heritage and Public Policy, working paper.

Throsby C. D. and Withers G. A. 1979. The Economics of the Performing Arts, New York: St. Martin's.

Turner R. K. (1991) Sustainable wetlands: an economic perspective, in Turner R. K. and Jones T. (Eds) Wetlands: Market and Intervention Failures. Earthscan, London.

Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2001). A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures. *Journal of Travel Research*, 40(1), 94–100.

Tweed, C. and M. Sutherland (2007). "Built cultural heritage and sustainable urban development." Landscape and Urban Planning(83): 62–69.

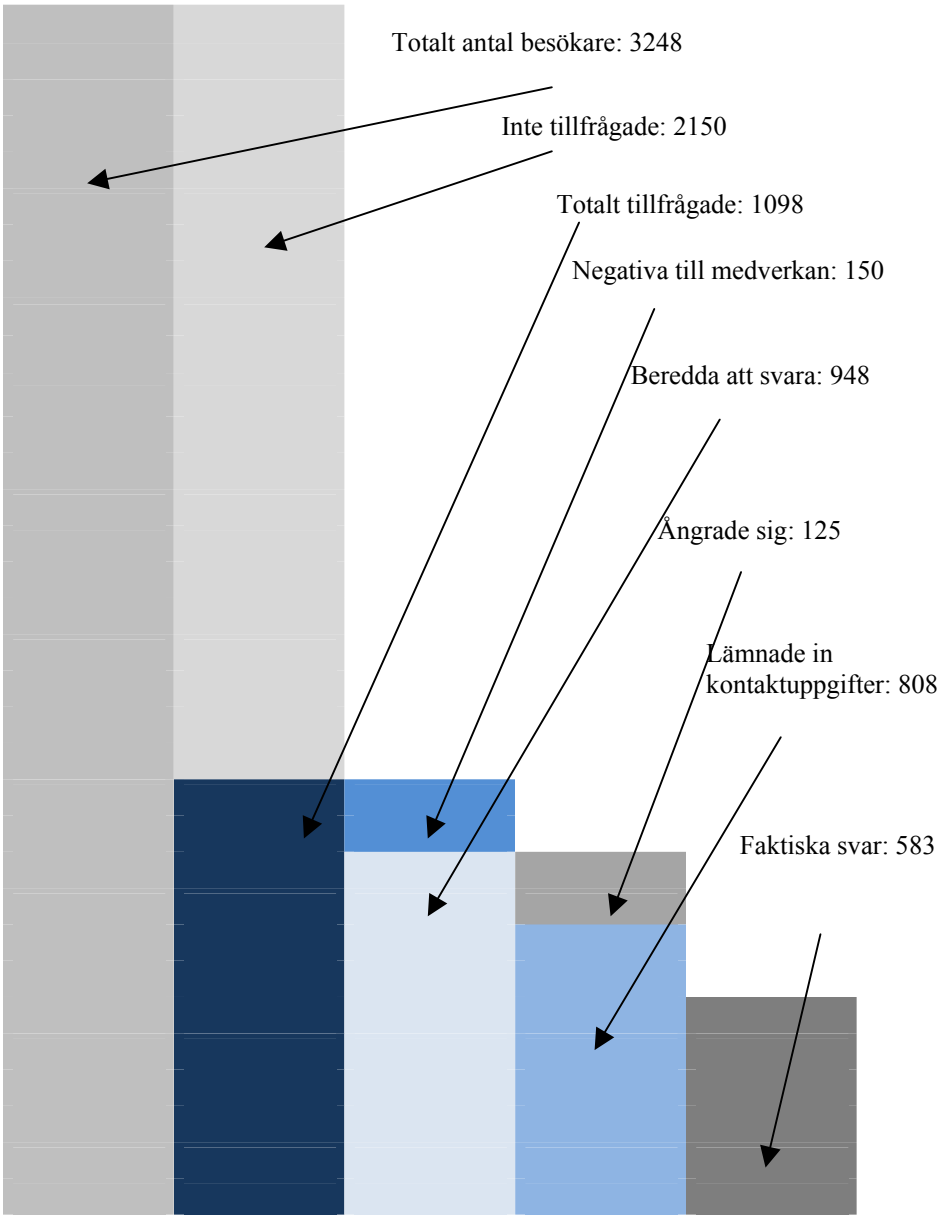
Weissglas, G.; Paju, M, Westin, L. Danell, T, 2001. Kulturarvet som resurs för regional utveckling - En kunskapsöversikt. Rapport från Riksantikvarieämbetet 2002:1.

Woolcock, M. and Narayan, D., 2000. Social capital: Implications for development theory, research and policy, The World Bank Research Observer **15** (2), pp. 225–249.

Appendix

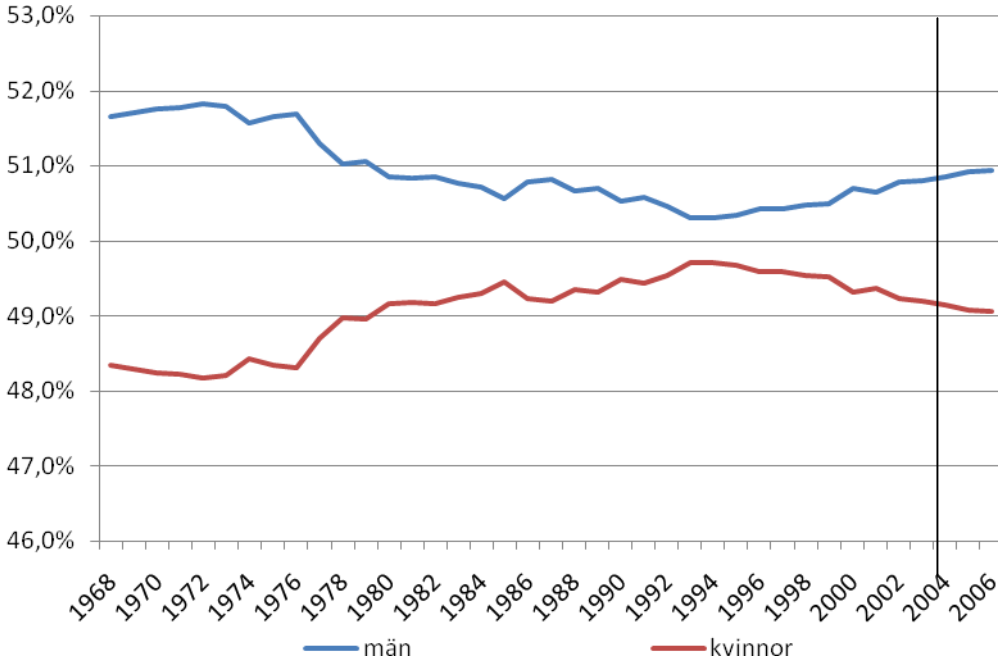
Appendix 1: Se bilaga

Appendix 2: Visualisering av bortfallet

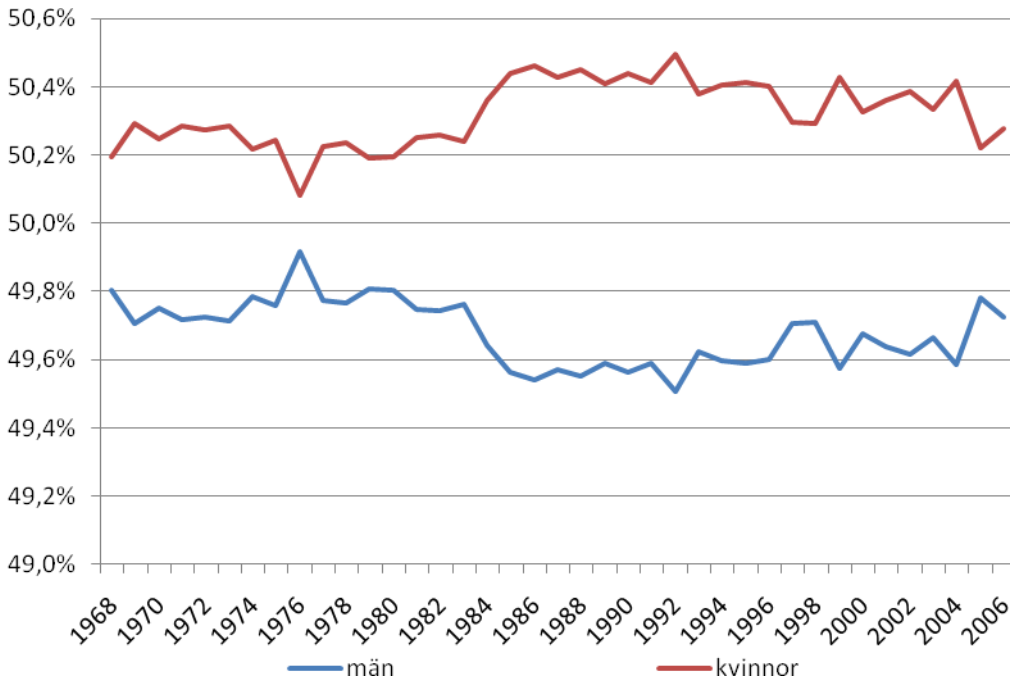


Appendix 3: Andel män och kvinnor i kommunerna

Vara



Falköping



Appendix 4: Boende I Vara kommun

KOMMUNINVÅNARE I VARA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		9	1,5	1,5	1,5
	JA	111	19,0	19,0	20,6
	NEJ	463	79,4	79,4	100,0
	Total	583	100,0	100,0	

Appendix 5: Besökarnas reseavstånd

Avstånd_mil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	109	18,7	19,1	19,1
	1	3	,5	,5	19,6
	2	43	7,4	7,5	27,1
	3	147	25,2	25,7	52,8
	4	69	11,8	12,1	64,9
	5	68	11,7	11,9	76,7
	6	51	8,7	8,9	85,7
	7	13	2,2	2,3	87,9
	8	10	1,7	1,7	89,7
	9	14	2,4	2,4	92,1
	10	12	2,1	2,1	94,2
	11	11	1,9	1,9	96,2
	12	3	,5	,5	96,7
	13	3	,5	,5	97,2
	14	3	,5	,5	97,7
	15	3	,5	,5	98,3
	17	1	,2	,2	98,4
	20	1	,2	,2	98,6
	22	1	,2	,2	98,8
	24	4	,7	,7	99,5
	28	1	,2	,2	99,7
	36	2	,3	,3	100,0
	Total	572	98,1	100,0	
Missing	System	11	1,9		
Total		583	100,0		

Statistics

Avstånd_mil

N	Valid	572
	Missing	11
Mean		4,21
Median		3,00
Mode		3
Std. Deviation		4,186
Maximum		36
Sum		2407

Appendix 6: Tidigare besök

TIDIGARE BESÖK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nej	108	18,5	19,4	19,4
	Ja	448	76,8	80,6	100,0
	Total	556	95,4	100,0	
Missing	System	27	4,6		
Total		583	100,0		

Appendix 7: Planerade återbesök

PLANERAR DU ÅTERBESÖK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nej	5	,9	,9	,9
	Ja	489	83,9	91,4	92,3
	Vet ej	41	7,0	7,7	100,0
	Total	535	91,8	100,0	
Missing	System	48	8,2		
Total		583	100,0		

Appendix 8: konserthusets betydelse

BETYDELSE AV KONERTHUSET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MYCKET VIKTIGT	280	48,0	48,4	48,4
	2	177	30,4	30,6	79,1
	3	87	14,9	15,1	94,1
	4	24	4,1	4,2	98,3
	5	9	1,5	1,6	99,8
	INTE ALLS VIKTIGT	1	,2	,2	100,0
	Total	578	99,1	100,0	
Missing	System	5	,9		
Total		583	100,0		

Appendix 9: Enkätfrågor - Delstudie 3

1. Har du någon gång besökt Vara konserthus?
   □□ Ja □□ Nej

2. Hur många gånger har Du besök Vara konserthus?
   Antal gånger _____

3. På en skala från 1 (motsvarar till fullo) till 6 (motsvarar inte alls) ber vi dig ranka hur väl utbudet på konserthuset motsvarar ditt kulturintresse.
   1 2 3 4 5 6 1= motsvarar till fullo
   6 motsvarar inte alls

4. På en skala från 1 (bidrar mycket) till 6 (bidrar inte alls) ber vi dig ranka...
   a) Hur mycket du tycker att Vara konserthus bidrar till ökad livskvalité för dig personligen.
   1 2 3 4 5 6 1= bidrar mycket
   6 bidrar inte alls

5. b) Hur mycket du tror att Vara konserthus bidrar till ökad livskvalité för Varas befolkning.
   1 2 3 4 5 6

6. I hur stor grad instämmer du med följande påstående: Vara konserthus ger mig I NULÄGET möjlighet att ta del av värdefulla kulturupplevelser. 1 betyder: instämmer till fullo och 6 betyder: instämmer inte alls
   1 2 3 4 5 6 1=instämmer till fullo
   6 instämmer inte alls

7. Är du beredd att betala skatt för denna möjlighet?
   □□ Ja □□ Nej

8. Vilket är det maximala beloppet du kan tänka dig att betala per år? (för att bevara möjligheten att I NULÄGET ta del av värdefulla kulturupplevelser)
   ## 50.000 KR ÄR MAX - 99999=Ej svar
   Hur mycket? SEK ____

9. I hur stor grad instämmer du med följande påstående: Vara konserthus ska bevaras för att jag och min familj ska ha möjlighet att ta del av värdefulla kulturupplevelser I FRAMTIDEN 1 betyder instämmer till fullo och 6 betyder instämmer till fullo
   1 2 3 4 5 6 1=instämmer till fullo
   6 instämmer inte alls

10. Är du idag beredd att betala skatt för att bevara konserthuset för att kunna ta del av kulturupplevelserna I FRAMTIDEN?

□□ Ja □□ Nej

11. Vilket är det maximala beloppet du kan tänka dig betala per år? (för att kunna ta del av kulturupplevelserna I FRAMTIDEN) ## 50.000 KR ÄR MAX - 99999=Ej svar

    Hur mycket? SEK ____

12. Hur viktigt tycker du att Vara konserthus är om du beaktar ALLA ASPEKTER? Svara på en skala från 1 (mycket viktigt) till 6 (inte alls viktigt).

    1 2 3 4 5 6

13. Är du beredd att betala skatt för att säkerställa att Vara konserthuset kan bevaras idag och i framtiden när du beaktar ALLA ASPEKTER?

    □□ Ja □□ Nej

14. Vilket är det maximala beloppet du kan tänka dig betala per år? (när du beaktar ALLA ASPEKTER) ## 50.000 KR ÄR MAX - 99999=Ej svar

15. På en skala från 1 (mycket viktigt) till 6 (inte alls viktigt): Hur viktigt är det att bidragsfinansiera Vara konserthus (skattepengar)?

    Hur mycket? SEK ____

16. På en skala mellan 1 -7 (mycket intresserad, 7 inte alls intresserad) är du av att

    1. Läsa böcker
    2. Gå på bio
    3. Resa utomlands
    4. Spela data-´/´TV-spel
    5. Gå på teater
    6. Besöka gudstjänst
    7. Gå på fotboll´/´ishockey
    8. Pop-´/´rockkonserter
    9. Opera´/´musikal´/´balett
    10. Spela Bingolotto
    11. Konserter med klassisk musik
    12. Jaga
    13. Sjunga i kör

17. Kön

    □□ Man
    □□ Kvinna

18. Vilket år är Du född? (Ej svar=9999)

    19 _ _

19. Vilket postnummer är det till er bostad? (Ej svar=9999)

    _____

20. Vilket är ditt nuvarande civilstånd?

1 = "Ensamstående utan barn"
2 = "Ensamstående med barn under 18 år (även om det också finns ö"
3 = "Ensamstående med ENDAST barn 18 år eller äldre"
4 = "Gift´/´sambo´/´registrerat partnerskap utan barn"
5 = "Gift´/´sambo´/´registrerat partnerskap med barn under 18 år"
6 = "Gift´/´sambo´/´registrerat partnerskap med ENDAST barn 18 år"
7 = "Änka´/´änkling"
8 = "Bor hos föräldrar"
9 = "Annat"
10 = "Vill ej uppge"

21. Vilken sammanlagd årsinkomst före skatt hade du år 2007?

1 = "upp till 100.000"
2 = "mellan 100.001 och 200.000"
3 = "mellan 200.001 och 300.000"
4 = "mellan 300.001 och 400.000"
5 = "mellan 400.001 och 500.000"
6 = "mellan 500.001 och 600.000"
7 = "mer än 600.000" 8 = "Vill ej uppge"

22. Vilken är din högsta skolutbildning?

1 = "Folkskola, grundskola eller liknande"
2 = "Realskola, folkhögskola, 2-årigt gymnasium eller liknande"
3 = "Tre- eller fyraårigt gymnasium eller liknande"
4 = "Universitets- eller högskoleexamen"
5 = "Vill ej uppge"