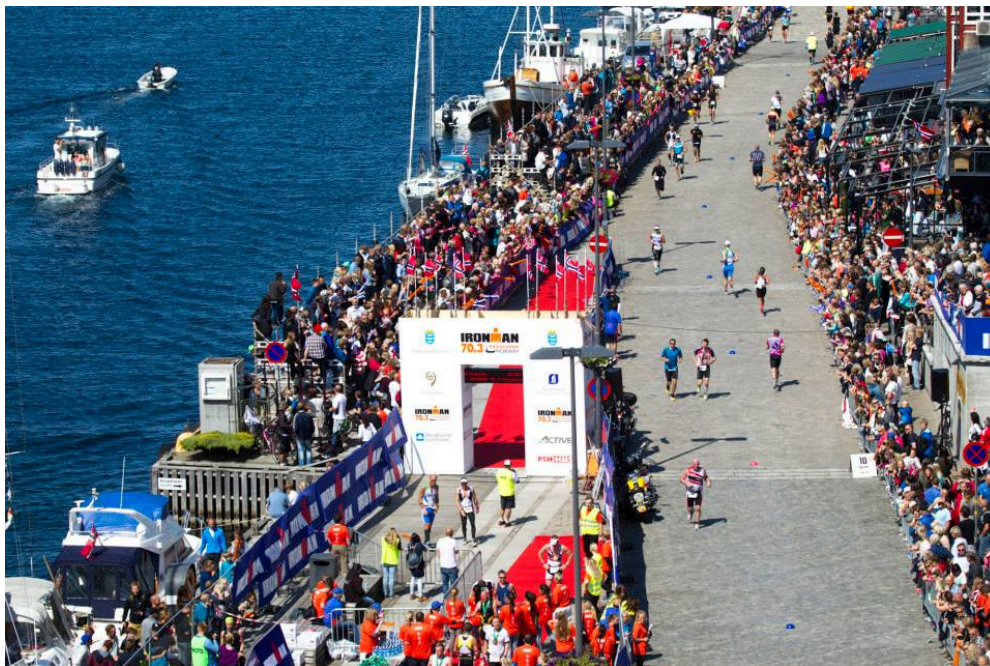


# Økonomisk ringvirkningsanalyse



## Ironman 70.3 Haugesund 2014

**Daniel Ivarsen**  
**Juni 2015**

Denne oppgaven er gjennomført som en del av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Universitetet i Stavanger. Dette innebærer ikke at universitetet går god for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet, eller de konklusjoner som er trukket.



Universitetet  
i Stavanger

**DET SAMFUNNSVITENSKAPELIGE FAKULTET,  
HANDELHØGSKOLEN VED UIS  
MASTEROPPGAVE**

STUDIEPROGRAM:  
Master i økonomi og administrasjon

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE  
SPESIALISERINGSRETNING:  
Økonomisk Analyse

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL? Nei.  
(NB! Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)

TITTEL:

Økonomisk Ringvirkningsanalyse - Ironman 70.3 Haugesund 2014

ENGELSK TITTEL:

Regional Economic Impact Analysis - Ironman 70.3 Haugesund 2014

FORFATTER(E)

Studentnummer:

223363  
.....

Navn:

Daniel Ivarsen  
.....

VEILEDER:

Gorm Kipperberg

OPPGAVEN ER MOTTATT I TO – 2 – INNBUNDNE EKSEMPLARER

Stavanger, ...../..... 2015

Underskrift administrasjon:.....

## **Forord**

Denne masteroppgaven er skrevet som et avsluttende ledd i masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Universitetet i Stavanger.

Emnevalget har sitt utspring i min interesse rundt sport og sportsarrangementer, samt at jeg har vært tilstede på Ironman hvert år fra 2012 til 2014, og selv opplevd hvor mye entusiasme arrangementet skaper i Haugesundregionen. I løpet av denne prosessen har jeg både fått tatt i bruk ferdigheter som jeg har tilegnet meg i løpet av studiet, i tillegg til å ha opparbeidet meg ny kunnskap om økonomisk ringvirkningsanalyse.

Jeg vil gjerne rette en stor takk til Tone Bendiksen fra Wen Events for å ha vært svært behjelpelig med informasjon og tallmateriale. En stor takk rettes også til Birgitte Nestande fra Norway Convention Bureau for å ha stilt arrangementskalkulatoren til disposisjon, samt å ta seg tid til å svare på mail, og ikke minst møtes i Oslo for å gå gjennom kalkulatoren. Jeg vil også takke min veileder, Gorm Kipperberg, som hele tiden har kommet med nyttige innspill og veiledet meg i riktig retning.

## Sammendrag

Denne oppgaven omhandler økonomisk ringvirkningsanalyse, der teorien bak blir utredet for så å bli anvendt på Ironman 70.3 Haugesund 2014. To problemstillinger har blitt formulert som utgangspunkt for videre arbeid med oppgaven:

- (1) *Hvordan estimerer man verdiene et arrangement skaper for sin regionale økonomi?*
- (2) *Hvor mye verdi skapte Ironman 2014 for Haugesundregionen?*

Med utgangspunkt i relevante artikler og lærebøker fant man ut at en økonomisk ringvirkningsanalyse kan utføres ved å finne verdiskapingen fra de tilreisende og fra arrangøren hver for seg. Tilreisende vil si personer som er bosatt utenfor regionen og som er på besøk i regionen som en konsekvens av det aktuelle arrangementet. For arrangøren er det nødvendig å innhente tall for inntektene og kostnadene som er forekommet i arrangementsåret, samt klassifiseringen av disse. Det som da er av interesse er å legge inn hvor inntektene og kostnadene kommer fra og går til slik at man kan danne seg et bilde av pengeflyten inn og ut av regionen. For å estimere verdiskapingen fra de tilreisende må gjennomsnittlig døgnforbruk per tilreisende estimeres eller beregnes, for deretter å multipliseres med antall overnattingsdøgn og antall tilreisende. Når de direkte økonomiske virkningene fra arrangementet er funnet må dette ganges med en multiplikator for å finne de totale økonomiske ringvirkningene.

For Ironman kom det frem at arrangementet skapte verdier i størrelsesorden 14,13 millioner NOK for Haugesundregionen i 2014, noe som var en økning på omtrent 600 000 NOK fra året før. Resultatet ble anskaffet i samarbeid med Norway Convention Bureau, som har bruksretten til arrangementskalkulatoren som ble brukt i arbeidet, og Wen Events AS som er arrangør av Ironman 70.3 Haugesund. Inputen i kalkulatoren er en sammensetning av estimer basert på aktuell forskning, samt tall som er basert på erfaringer og kunnskap fra arrangøren. Den nevnte verdiskapingen kan dermed ikke anslås med 100 prosent sikkerhet, men må sees på som et estimat på hvor mye verdi arrangementet skapte for sin region.

## Innholdsfortegnelse

KAPITTEL 1 - INNLEDNING.....	7
KAPITTEL 2 – BAKGRUNN FOR OPPGAVEN .....	9
2.1 Arrangementsteori .....	9
2.2 Litteratursammendrag .....	11
KAPITTEL 3 – ANALYTISK RAMMEVERK.....	18
3.1 Teori .....	18
3.2 Økonomisk ringvirkningsanalyse.....	20
3.2.1 De besøkende .....	21
3.2.2 Estimere de direkte økonomiske ringvirkningene.....	22
3.2.3 Bakgrunn for multiplikatoren.....	24
KAPITTEL 4 – ARRANGEMENTSKALKULATOREN .....	26
4.1 Arrangementskalkulatoren .....	26
4.2 Forutsetninger i arrangementskalkulatoren .....	26
4.3 Nødvendig input.....	29
4.4 Multiplikatoren.....	33
KAPITTEL 5 – ANALYSE AV IRONMAN 70.3 HAUGESUND 2014 .....	34
5.1 Arrangementet.....	34
5.2 Område .....	34
5.3 Datagrunnlag .....	35
5.4 Økonomiske ringvirkninger fra Ironman 70.3 Haugesund .....	39
5.5 En sammenligning av resultater fra 2013 og 2014.....	42
5.6 Sensitivitetsanalyse .....	44
5.7 Ikke-kvantifiserbare fordeler og ulemper av et sportsarrangement.....	49
KAPITTEL 6 – DRØFTING.....	51
KAPITTEL 7 – KONKLUSJON .....	54
REFERANSELISTE .....	55

## Figurliste

Figur 1: Samfunnsøkonomisk kretsløp .....	19
Figur 2: Nødvendig input om de besøkende i arrangementskalkulatoren.....	29
Figur 3: Verdiskaping i Haugesund regionen som følge av Ironman i 2013 og 2014. ....	42
Figur 4: Endring i verdiskaping som følge av endring i antall besøkende, antall deltakere, hotellprisen og hotellkapasiteten. ....	45
Figur 5: Verdiskaping som følge av at oppholdslengden til de besøkende endres. ....	47
Figur 6: Verdiskaping som følge av endring i andelen besøkende med arrangementet som hovedårsak til reisen. ....	48

## Tabelliste

Tabell 1: Tidligere forskning.....	17
Tabell 2: Input av døgnforbruk per tilreisende i regionen til andre enn arrangør. ....	31
Tabell 3: Input av inntekter for arrangør. ....	32
Tabell 4: Fordeling av personer som var til stede under Ironman 70.3 Haugesund 2014.....	35
Tabell 5: Andel av personer som var til stede under Ironman 70.3 Haugesund 2014, som har betydning for verdiskapingen.....	36
Tabell 6: Fordeling av de tilreisende på overnattingsform.....	36
Tabell 7: Gjennomsnittlig oppholdslengde per person fordelt på overnattingsform.....	37
Tabell 8: Døgnforbruk i region per deltaker til andre enn arrangør.....	38
Tabell 9: Inntekter og kostnader for arrangør i 2014, samt fordeling av disse i forhold til sted .....	39
Tabell 10: Verdiskaping i Haugesundregionen som følge av Ironman 70.3 Haugesund 2014 .....	40
Tabell 11: Verdiskapingen fordelt på de forskjellige sektorene. Tabellen viser også hvor mye som er direkte og indirekte verdiskaping .....	40
Tabell 12: Nøkkeltall fra Ironman 70.3 Haugesund 2014.....	41
Tabell 13: Nøkkeltall for Ironman i 2013 og 2014. ....	43
Tabell 14: Inntekter og kostnader for arrangør, samt fordelingen av disse i forhold til sted, i 2013 og 2014. ....	44

## KAPITTEL 1 - INNLEDNING

Ironman er en internasjonal triatlonkonkurransen som blir arrangert over hele verden. Konkurransen består av tre deler; svømming, sykling og løping. I en full Ironman svømmer deltakerne 3,8km, sykler 180km og avslutter med 42,195 kilometer løping, som tilsvarer en hel maraton (Total triathlon, 2014). Norges første Ironman konkurranse, Ironman 70.3 Haugesund, ble arrangert i Haugesund i 2012 og var en Ironman 70.3. Det vil si at det er halv distanse i forhold til en full Ironman. Siden den gang har konkurransen blitt avholdt hver sommer med en økning i påmeldte deltakere fra år til år. Videre i oppgaven vil for øvrig konkurransen kun omtales som Ironman.

I løpet av oktober 2014 skrev de lokale mediene i Haugesund flere artikler om Ironman og den finansielle støtten arrangementet mottok fra kommunen. Grunnen var at de lokale myndighetene uttalte at det var usannsynlig at de ville fortsette å støtte arrangementet finansielt de kommende årene. Summen de tidligere hadde bidratt med, og som har vært nødvendig for at arrangementet skal gå sin gang, var 500 000 NOK. Om Ironman ikke mottok noen form for finansiell støtte var det sannsynlig at arrangementet ville bli avsluttet da World Triathlon Corporation, som er lisensgiver for Ironman krever at vertsbyen skal bidra økonomisk (Flateby, 2014). I lys av dette søker denne oppgaven å finne ut hvor mye verdi Ironman skaper for sin lokale økonomi for å se om det kan rettfærdiggjøre støtten som mottas. Med dette arrangementet som utgangspunkt er det da nødvendig å først presentere utgangspunktet for en slik analyse samt hvordan denne utføres. Målsetningen med oppgaven er å presentere teorien bak og rammeverket til en slik analyse slik at leseren kan være i stand til å utføre en analyse på et arrangement selv. Deretter vil det presenteres en analyse av Ironman 2014 der en ser på hvor mye verdi arrangementet skapte for sin lokale økonomi det respektive året.

Dette er et viktig emne å belyse fordi man ofte kan lese om ulike arrangementer rundt om i Norge og finansieringen av disse. Diskusjonen tenderer til å dreie seg om hvor mye finansiell støtte arrangementene skal motta av sin kommune, hvor arrangørene ofte argumenterer for hvor stor verdi arrangementet har for sin lokale økonomi. På den andre siden står kommunene som med trange budsjetter kvier seg for å sponse arrangementer med penger som ellers kunne gått til andre saker. Det vil derfor være interessant å se på metoder for å kvantifisere denne verdiskapingen slik at det skapes et bedre beslutningsgrunnlag for både arrangører og eventuelle sponsorer, enten det er private eller kommunale. I tillegg kan det tenkes at økonomisk ringvirkingsanalyse, som denne oppgaven skal bruke som

utgangspunkt, kan brukes til mer enn bare å måle verdiskapingen fra et arrangement, da teorien bak også kan brukes til å måle effekten av ulike avgjørelser tatt av politikere. Denne typen analyse er tross alt kun en effektmåling av ny input til en økonomi, og kan i så måte være svært anvendelig. Kunnskapen fra denne oppgaven er da ikke begrenset til arrangementsanalyse alene, men kan også brukes til andre formål.

Med ovennevnte som utgangspunkt konkretiseres to problemstillinger som skaper et fundament for arbeidet med denne oppgaven. Fordi utgangspunktet for hele oppgaven er å vurdere et spesifikt arrangements verdiskaping for sin regionale økonomi bør det først undersøke hvordan dette kan gjøres. Første problemstilling blir dermed:

*(1) Hvordan estimerer man verdiene et arrangement skaper for sin regionale økonomi?*

For å finne ut hvor mye verdiskaping Ironman 2014 skapte for Haugesundregionen må følgende problemstilling besvares:

*(2) Hvor mye verdi skapte Ironman 2014 for Haugesundregionen?*

Basert på funnene som blir gjort i forbindelse med første problemstilling kan man bruke dette til å svare på den andre problemstillingen. Med verdiskaping menes det mengden ”nye penger” som bringes inn i økonomien. Det vil si at om en beboer i regionen bruker 100 NOK på mat i forbindelse med arrangementet vil dette ikke påvirke verdiskapingen som her skal undersøkes, da det kan antas at beboeren ville brukt pengene i regionen uavhengig av om arrangementet ble avholdt eller ikke. Pengene kan kun tas i betraktning om de ellers ikke hadde blitt brukt i den aktuelle regionen. Derav ”nye penger”. Begrepet verdiskaping vil bli forklart nærmere i kapittel 3.1 senere i oppgaven.

Denne oppgaven er bygd opp slik at leseren i kapittel 2 tas gjennom relevant litteratur som har gitt et faglig grunnlag for oppgaven, samt bakgrunnsinformasjon om arrangementer og andre faktorer som kan være nyttig for videre lesning. I kapittel 3 vil det analytiske rammeverket for oppgaven bli presentert. Her blir relevant teori og den generelle metoden bak økonomisk ringvirkningsanalyse forklart, slik at leseren kan danne seg en god oppfatning av hvilke faktorer som er viktige i en slik analyse og hvordan en skal utføre den på generell basis. I kapittel 4 vil leseren få et innblikk i hvordan arrangementskalkulatoren, som er verktøyet som er blitt brukt i analysen, fungerer, før analysen av Ironman 2014 blir presentert i kapittel 5. Avslutningsvis vil oppgavens fremgangsmåte og resultat bli drøftet før det blir konkludert i henhold til de to problemstillingene i kapittel 6 og 7.



## KAPITTEL 2 – BAKGRUNN FOR OPPGAVEN

I denne delen av oppgaven vil det bli gitt innsikt i relevant informasjon om arrangementer generelt. Videre vil det bli presentert et litteratursammendrag der det blir lagt frem ulik litteratur som har gitt et faglig grunnlag for denne oppgaven.

### 2.1 Arrangementsteori

Før det går dypere inn i oppgavens tematikk kan det være nyttig å sette seg inn i hva et arrangement er. Det er da viktig å påpeke at begrepene arrangement og event, av språkmessige årsaker, vil bli brukt om hverandre videre i kapitlet da betydningen av begrepene er den samme. Å definere et arrangement er vanskelig og det er liten akademisk enighet om en spesifikk definisjon av begrepet (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnel, 2011, s. 14). En definisjon av begrepet kan være: "An organized occasion such as a meeting, convention, exhibition, special event, gala dinner, etc. An event is often composed of several different yet related functions" (Bowdin m.fl., 2011, s. 14). Videre trekkes det frem at "a principle applying to all events is they are temporary and that every such event is unique stemming from the blend of management, program, setting and people" (Bowdin m.fl., 2011, s. 14). Ut ifra dette kan begrepet tolkes svært bredt, men hovedsakelig kan det sies at et arrangement er organisert, har en definert tidslinje med en start og en slutt og at det inneholder en sammensetning av ledelse, program, gitte omgivelser og mennesker. Da det finnes mange ulike typer arrangement kan det være nyttig å kategorisere disse etter, for eksempel, størrelse og innhold, for å få en bedre oversikt. Når det gjelder størrelse velger Bowdin m.fl (2011) å dele inn i 4 ulike typer arrangement:

1. *Mega-events*
2. *Hallmark events*
3. *Major events*
4. *Local events*

Mega-eventer og hallmark eventer definerer begge store arrangementer, men det som skiller de er at et hallmark event er en type arrangement som blir så nært identifisert med stedet det blir arrangert at det blir synonymt med det gitte stedet (Bowdin m.fl., 2011, s. 17). Eksempler på denne typen arrangement er karnivalet i Rio de Janeiro, Tour de France, oktoberfesten i München eller til en viss grad Sildajazz som blir avholdt i Haugesund hver sommer. Mega-eventer på sin side er arrangementer så store at de har stor påvirkning på et helt lands økonomi og får stor oppmerksomhet i det globale mediebilde (Bowdin m.fl., 2011, s. 18).

Eksempler på dette kan være de olympiske leker eller verdensmesterskapet i fotball hvor det gjerne må bygges ut ny infrastruktur for å avholde arrangementet (Hole, 2012).

Major events blir definert som arrangementer som, via størrelse og interesse fra media, tiltrekker seg et signifikant antall besøkende, mediedekning og økonomiske fordeler (Bowdin m.fl., 2011, s. 16). For å dra en kobling til et sportsarrangement opplyser Bowdin m.fl. (2011) om tre elementer som må være oppfylt for at et arrangement kan kategoriseres som et ”major sporting event”:

1. *Det må inneholde konkurranse mellom lag og/eller individer som representerer et antall nasjoner.*
2. *Det må tiltrekke seg en signifikant interesse fra publikum og mediene både nasjonalt og internasjonalt.*
3. *Det må være av internasjonal betydning for sporten(e) det konkurreres i.*

Local events blir definert som et arrangement som hovedsaklig målretter seg mot det lokale publikum, og når fordelene fra et slikt arrangement blir lagt frem er hovedfokuset på at det styrker samholdet i det lokale samfunnet og at man blir mer knyttet til det aktuelle stedet. Videre blir det også nevnt at et lokalt arrangement kan utvikle seg til å bli et hallmark arrangement og dermed tiltrekke seg flere besøkende utenfra (Bowdin m.fl., 2011, s. 16).

Det virker klart at Ironman hører hjemme i kategori tre eller fire, men å plassere arrangementet i en av disse kategoriene er ikke en enkel øvelse da det er en viss gråsoner mellom disse. Ironman tiltrekker seg et relativt stort antall besøkende fra andre steder enn Haugesundregionen og det er representanter fra flere ulike verdensdeler på startstreken, så slikt sett kan det sees på som større enn et lokalt arrangement. Samtidig som det oppfyller det første kravet til å bli kategorisert som et ”major event” er det mer usikkert hvor stor medieinteressen er, både nasjonalt og internasjonalt. Dette kan sees i sammenheng med interessen for sporten det konkurreres i, da triatlon må kunne kalles en marginalisert sport i mediebilde.

Uansett hvordan arrangementet kategoriseres er det liten tvil om at det kan klassifiseres som et mindre arrangement om man sammenligner det med mega-eventer som verdensmesterskapet i fotball eller de olympiske leker, som gjerne er den type eventer som har fått mest oppmerksomhet i forskning angående verdiskaping tidligere. Bevisstheten rundt potensialet til disse mindre arrangementene som befinner seg i de to nederste kategoriene er imidlertid økende. Dette blir blant annet underbygget i ”Hvitebok for arrangementsturisme”

som er utviklet av Innovasjon Norge, hvor det blant annet blir skrevet at ”mange europeiske byer med en nasjonal og regional hovedstadsrolle har de siste årene pekt på utvikling og tiltrekking av små og mellomstore arrangementer som et viktig strategisk element for å modernisere og utvikle byene” (Innovasjon Norge, 2011, s. 7).

Videre blir det lagt vekt på en undersøkelse som viser at ”75 prosent av inntektene fra arrangementer kommer fra tilreisende som oppgir at årsaken til besøket i byen/ regionen var selve arrangementet. Uten arrangementet hadde de med andre ord ikke besøkt byen” (Innovasjon Norge, 2011, s. 8). Det blir fokusert på at et arrangement ikke bare har potensial til å skape verdi i seg selv, men også via ringvirkningene som det forårsaker. Samtidig som oppmerksomheten rundt verdiskapingspotensialet til slike arrangementer kan sies å være økende, ser man at det har vært en oppblomstring av spesielt ulike sportsarrangementer der både amatører og profesjonelle kan delta i, de siste årene. I løpet av kalenderåret 2015 blir det, bare i Rogaland, arrangert 96 sportsarrangement der man kan melde seg på og bli med (Kondis, 2015), og den listen inneholder blant annet ikke sykkelritt som hårfagrerittet eller nordsjørittet, så det faktiske antallet sportsarrangement en kan delta i vil være enda høyere. Dette underbygges også av at det i 2014 var rundt 1700 forskjellige mosjonsløp å velge mellom i hele Norge samtidig som bladet kondis har et rekordhøyt medlemsantall med rundt 15 000 medlemmer. Dette kan være en indikator på at interessen for trening og ulike mosjonsløp har vært stigende de siste årene (Lånkan, 2014). I tillegg finnes det en rekke sportsarrangementer som kun er for profesjonelle idrettsutøvere, som Tour of Norway og Tour de Fjords, som også kan tiltrekke seg et stort publikum. Bevisstheten rundt slike mindre og mellomstore arrangementer er noe som for eksempel har resultert i at Sandnes kommune har lagt penger inn i en pott, som utelukkende skal benyttes til å støtte ulike arrangementer som markedsfører Sandnes i Norge og utlandet (Nærland, 2015).

## **2.2 Litteratursammendrag**

Det er uenighet om hvordan man best skal analysere verdiskapingen fra et arrangement. Uenigheten dreier seg både om hvordan lønnsomheten skal defineres, og hvordan den skal måles. Dwyer, Forsyth og Spurr (2005; 2006) argumenterer for hvordan metoden de kaller ”Computable General Equilibrium” (heretter CGE) er mer hensiktsmessig enn input-output. Dette fordi forfatterene mener at CGE har et bredere omfang enn input-output analyse, da input-output metoden kun tar hensyn til de positive ringvirkningene, mens den ignorerer de negative ringvirkningene (Dwyer, Forsyth & Spurr, 2006, s. 59). De innrømmer likevel at de

største forskjellene mellom de to metodene gjelder for større arrangementer med et stort økonomisk omfang, som de olympiske leker, verdensmesterskapet i fotball eller i andre tilfeller hvor man er ønsket å se på nasjonal verdiskaping. For mindre arrangement som har et omfang på et regionalt og ikke nasjonalt nivå vil input-output være tilstrekkelig for å fange opp verdiskapingen (Dwyer, Forsyth & Spurr, 2005, s. 351). Det må påpekes at denne uenigheten i stor grad dreier seg om hvordan man måler den indirekte verdiskapingen og ikke den direkte. Det vil si at uenigheten dreier seg om hvordan man skal estimere ringvirkningseffektene av den opprinnelige verdiskapingen. Et eksempel på en effekt som blir fanget opp i CGE, mens ikke blir hensyntatt i input-output metoden er når økende grad av turisme fører til en økning i, for eksempel, lønningene og dermed skaper tap i sektorer som ikke bygger på turisme (Burgan & Mules, 1992, s. 703). Dette viser også hvordan CGE først og fremst har sine fortrinn ved større arrangement, da det er naturlig å anta at et mindre arrangement som Ironman ikke vil påvirke innsatsfaktorer som lønn i noen grad. For mer informasjon om hvordan CGE metoden fungerer i praksis har blant annet Li, Blake & Thomas publisert en studie om OL i Beijing der denne metoden er brukt for å analysere hvor store verdier OL 2008 skapte for Beijing (Li, Blake & Thomas, 2013).

Burgan og Mules legger vekt på at verken input-output metoden, CGE metoden eller noen andre økonomiske modeller er et evalueringsverktøy. Det er simpelthen forskjellige metoder for å måle ringvirkningseffektene fra ulike stimuli. For å foreta en økonomisk evaluering av et sportsarrangement må alle kostnader og fordeler identifiseres hver for seg, der man gjerne kan måle de ulike ringvirkningseffektene og deretter samle alt sammen inn i en kostnad-nytte analyse (Burgan & Mules, 1992, s. 703-704).

Input-Output metoden er beskrevet av flere forfattere, både teoretisk og empirisk. John L. Crompton (1999; 2010) har skrevet to bøker om emnet. Den eldste er en bok der forfatteren går gjennom prinsippene som ligger bak en økonomisk ringvirkningsanalyse, før det blir gitt et forslag til hvordan en kan samle inn de nødvendige dataene. Det blir også presentert resultat fra 30 ulike studier, deriblant 14 studier på sportsarrangement og 16 studier på festivaler eller tilskuerarrangementer, for å se om det fantes noe mønster i forbruket til de tilreisende. Blant annet ble det funnet ut at sportsarrangementer sørget for høyere forbruk blant de tilreisende enn andre arrangementer (Crompton, 1999, s. 56). For øvrig vil ingen av disse 30 studiene bli presentert ytterligere da det kun er resultatene som er presentert i boken for å kunne sammenlignes med hverandre. Boken fra 2010 er en videreføring av det

ovennevnte arbeidet der enkelte emner blir gjennomgått i mer detalj enn tidligere. De to bøkene danner for øvrig grunnlaget for metoden i kapittel 3.

I en teoretisk artikkel fra Crompton (1995) går han gjennom det han kaller elleve vanlie feil når man utfører en økonomisk ringvirkningsanalyse. Dette involverer blant annet mistolkning og misbruk av multiplikatorene slik at man overdriver ringvirkningseffektene, dårlig definert område, manglende evne til å ekskludere enkelte besøksgrupper, samt at alternativkostnaden ikke blir tatt med i regnestykket. Burgan og Mules (1992) har også tatt for seg utfordringene ved å utføre en økonomisk ringvirkningsanalyse, der det, i liket med Crompton (1995), legges vekt på utfordringen ved å kun inkludere det forbruket fra tilreisende som ikke ville oppstått om arrangementet ikke ble avholdt.

Selv om spørreundersøkelser blir foreslått av både Crompton (1999; 2010) og Burgan & Mules (1992) som en mulig løsning for å finne ut hvem som er i området på grunn av arrangementet finnes det forskjellige tilnærminger til hvordan spørreskjemaet utformes. Greig og McQuaid spurte for eksempel de besøkende om hva som var hovedårsaken til deres reise til regionen og kunne på det måten ekskludere de som ikke hadde arrangementet som hovedformål med reisen ( Greig & McQuaid, 2003, s. 7). Den samme metoden er for øvrig også brukt i denne oppgaven, der de besøkende enten har arrangementet som hovedformål med reisen eller ikke, og de som ikke har det som hovedformål blir ekskludert fra verdiskapingen. En annen tilnærming er å spørre hvor viktig arrangementet var for ens besøk til regionen på en skala fra en til ti. Om en person svarer 6, vil 60 prosent av den personens forbruk bli regnet med som økonomisk ringvirkning fra arrangementet (Crompton 2010, s. 33). På denne måten blir bildet mer nyansert da metoden potensielt kan fange opp verdiskaping fra personer som ellers ville blitt ekskludert fra beregningen, samtidig som andres bidrag til verdiskaping gjerne vil bli nedjustert.

Av empiriske studier kan man nevne Wilsons (2006) studie som undersøker fire svømmearrangementer i Storbritannia og ser på verdiskapingen fra disse, der formålet med studien var å se hvordan mindre arrangement påvirket sin lokale økonomi. Studien tok for seg fire ulike svømmearrangement som ble arrangert i perioden mars 2001 til juni 2002, der samme metode, spørreskjema, ble brukt på alle de fire arrangementene. Det ble funnet ut hvor mange besøkende arrangementet har utenfra regionen, hvor lenge de oppholdt seg i regionen og hvor stort forbruket deres var. Utover dette fant man ut at over 80 000 GBP ble generert til sine respektive regioner over åtte dager fordelt på de fire arrangementene.

Greig og McQuaid (2003) har også brukt økonomisk ringvirkningsanalyse til å studere sportsarrangement. De valgte ut to rugbykamper i Edinburgh, Skottland – England og Skottland – Frankrike som begge ble spilt i 2002. Forfatterne benyttet seg av en spørreundersøkelse der de samlet inn like over 2500 svar fra tilskuere på de to kampene. I tillegg intervjuet de det skotske rugbyforbundet og deres samarbeidspartnere i forbindelse med arrangementet, samtidig som de delte ut en spørreundersøkelse til over 50 bedrifter innenfor overnatting. Det ble estimert at hver kamp genererte rundt 20 millioner GBP for den skotske økonomien, hvorav 12 millioner GBP var såkalt lokal verdiskaping i Edinburgh alene. Det kan nevnes at forfatterne her har regnet med ”repeat tourism” som en post som bidrar med rundt 1-2 millioner GBP i verdiskaping. At et arrangement kan bidra til at flere får øynene opp for destinasjonen og dermed velger å dra tilbake på et senere tidspunkt er en lite kontroversiell antagelse. Det er imidlertid vanskelig å kvantifisere dette på en korrekt måte og ved inkludering av denne posten vil resultatet tillegges større usikkerhet. Et interessant funn i denne studien er imidlertid at omtrent 90 prosent av tilskuerne kom til Edinburgh med arrangementet som hovedformål, noe som er et høyt tall og viser potensialet slike arrangementer har når det gjelder å tiltrekke seg besøkende (Greig & McQuaid, 2003, s. 7). Det høye tallet blir underbygget av Daniels og Norman som, i deres studie av syv ulike sportsarrangement, fant ut at over 90 prosent av respondentene hadde arrangementet som hovedformål med besøket i det aktuelle området ( Daniels & Norman, 2003, s. 220). Den nevnte forskningen, i tillegg til annen forskning, som har gitt et teoretisk utgangspunkt for denne oppgaven er oppsummert i tabell 1 nedenfor. Disse artiklene gir ulike synspunkt og innfallsvinkler når det gjelder det å analysere de økonomiske ringvirkningene av et arrangement.

<b><u>Artikkel/Bok:</u></b>	<b><u>Teori/Empiri:</u></b>	<b><u>Type arrangement:</u></b>	<b><u>Generelt:</u></b>
(Burgan & Mules, 1992).	Teori.		Omhandler utfordringene ved å utføre en økonomisk ringvirkningsanalyse.
(Crompton 1995).	Teori.		Tar for seg elleve vanlige feil når man utfører en økonomisk ringvirkningsanalyse.
(Crompton, 1999).	Teori.		Bok om økonomisk ringvirkningsanalyse. Teorien bak og hvordan den anvendes.
(Crompton, Lee & Shuster, 2001).	Empiri.	Springfest, Ocean City, Maryland.	Presenterer et generelt rammeverk for å foreta en ringvirkningsanalyse og bruker analysen av Springfest som et eksempel.
(Daniels & Norman 2003).	Empiri.	Syv ulike sportsarrangement i South Carolina, USA, i perioden april – oktober, 2001.	Utfører økonomisk ringvirkningsanalyse på syv arrangementer og sammenligner resultatene.
(Gelan, 2003).	Empiri.	British open 1999.	Utfører økonomisk ringvirkningsanalyse på British open 1999. Diskuterer også ikke-kvantifiserbare faktorer.

(Greig & McQuaid, 2003).	Empiri.	To rugbykamper avholdt i 2002. Skottland-England og Skottland-Frankrike.	Estimerer de økonomiske virkningene, av de to kampene, for Skottland og Edinburgh.
(Daniels, Norman & Henry, 2004).	Empiri.	Cooper River Bridge Run.	Demonstrerer ulike metoder for å estimere inntektseffekten fra et sportsarrangement.
(Dwyer, Forsyth & Spurr, 2005).	Teori.		Argumenterer for at input-output er mangelfull, og at CGE har et større omfang.
(Kurtzman, 2005).	Teori.		Generelt om sportsturisme og de økonomiske ringvirkningene fra slike arrangement.
(Dwyer, Forsyth & Spurr, 2006).	Teori.		Sammenligner CGE metode med input-output metode. Argumenterer for CGE.
(Wilson 2006).	Empiri.	Fire svømme-arrangementer i Storbritannia.	Konkluderer at også mindre arrangement kan bidra positivt til sin lokale økonomi.
(Andersen, Brunstad, Hagen, Heum & Pedersen, 2008).	Empiri.	Et potensielt vinter-OL i Tromsø i 2018.	Rapporten presenterer en samfunnsøkonomisk analyse av et potensielt vinter-OL i Tromsø.



(Crompton, 2010).	Teori.		Bok om økonomisk ringvirkningsanalyse. Teorien bak og hvordan den anvendes.
(Grunwell, Ha & Swanger, 2011).	Empiri.	Folk moot USA.	Undersøker de økonomiske og finansielle effektene fra festivalen i 2007, og sammenligner funn med tilsvarende studie fra 2001.
(Taks, Kesenne, Chalip & Green, 2011).	Empiri.	The Pan-American Junior Athletic Championship.	Analyserer arrangementet ved hjelp av to ulike metoder og sammenligner resultatet.
(Li, Blake & Thomas, 2013).	Empiri.	OL i Beijing.	Bruker CGE for å analysere de økonomiske ringvirkningene fra OL i Beijing.

*Tabell 1: Tidligere forskning.*

## KAPITTEL 3 – ANALYTISK RAMMEVERK

I denne delen av oppgaven vil relevant teori bli presentert før det blir gitt en innsikt i den generelle metoden og tanken bak økonomisk ringvirkningsanalyse.

### 3.1 Teori

For å forstå hva som menes når det i denne oppgaven refereres til verdiskaping kan det være nyttig å bruke grunnleggende makroøkonomiske prinsipper som utgangspunkt. Her kan man ha i bakhodet at den første delen handler om prinsippet bak det å måle den direkte verdiskapingseffekten, mens den neste delen, om det samfunnsøkonomiske kretsløpet, kan sammenlignes med den indirekte verdiskapingseffekten. Man kan sammenligne den aktuelle regionen som skal undersøkes med en liten åpen økonomi. Det som kjennetegner en åpen økonomi er at den driver aktiv handel med andre økonomier, det vil si handel over landegrensene (Steigum, 2011). En av de viktigste indikatorene når man vil se på hvor bra eller dårlig det går økonomisk med et land er å se på den økonomiske aktiviteten. Det mest brukte målet på økonomisk aktivitet er bruttonasjonalproduktet, heretter BNP (Steigum, 2011, s. 38). BNP kan defineres som ”verdien av den samlede innenlandske produksjonen av ferdige varer og tjenester, verdsatt til markedspriser, i en gitt periode som et år eller et kvartal” (Steigum, 2011, s. 38). Videre utdypes det at BNP ikke inkluderer omsetning av tidligere produsert realkapital, for eksempel boliger. ”Når en bolig skifter eier, skjer det en overføring av eiendomsretten uten at nye verdier blir skapt” (Steigum, 2011, s. 39). Når BNP regnes ut skal det dermed kun regnes med ”nye penger” som blir sprøytet inn i økonomien. Dette kan sammenlignes med hvordan pengebruken til lokale innbyggere må ekskluderes når man estimerer verdiskaping fra et arrangement. Det regnes med at de lokale uansett ville brukt omtrent samme sum i regionen og at dette dermed ikke kan tas med i beregningen, da det ikke blir skapt nye verdier. Når BNP skal regnes ut kan dette brytes opp i fem forskjellige komponenter (Steigum, 2011, s. 39):

$C$  = privat konsum av varer og tjenester.

$G$  = offentlig konsum av varer og tjenester.

$I$  = bruttoinvestering i realkapital.

$X$  = eksport av varer og tjenester til utlandet.

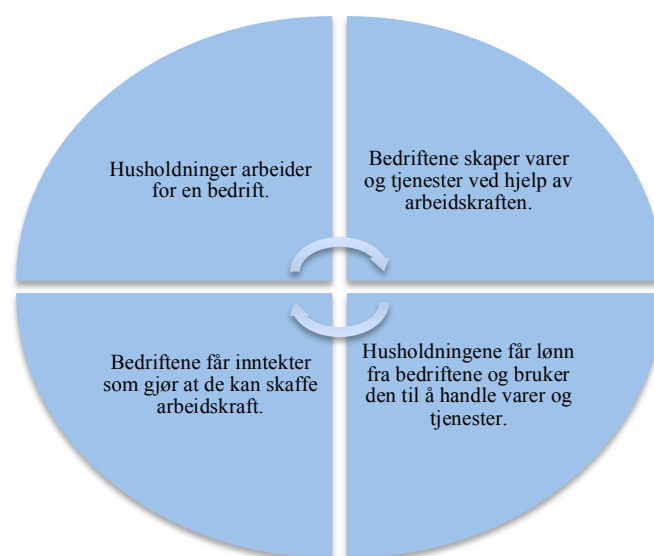
$Q$  = import av varer og tjenester fra utlandet.

C, som står for privat konsum, er forbruk fra husholdningene til varer som klær, mat og drikke, transport med mer. G, offentlig konsum, inneholder utgifter til varer og tjenester fra offentlig forvaltning. I, bruttoinvestering i realkapital, vil si anskaffelser av realkapital, som bygg, anlegg, mineraler med mer. X, eksport, og Q, import, representerer simpelthen handelen med andre land. Disse fem faktorene utgjør til sammen det som kalles generalbudsjettet (Steigum, 2011, s. 40):

$$BNP = C + G + I + X - Q.$$

Her ser vi hvordan summen av disse faktorene, minus pengene som går ut av landet, utgjør BNP, verdiskapingen. Dette kan på mange måter sammenlignes med hvordan en økonomisk ringvirkningsanalyse fungerer. Paralleller kan trekkes fra privat konsum og eksport til forbruk fra de besøkende og deltakerne. Offentlig konsum kan sammenlignes med penger som arrangøren bruker i regionen. Import, som trekkes fra BNP i generalbudsjettet, kan sees i sammenheng med hvordan penger ut av regionen må sees på som negativ verdiskaping i en arrangementsanalyse. Eksempler på dette kan være premiepenger til deltakere ved et sportsarrangement, eller kompensasjon til artister utenfra regionen ved en konsert eller festival.

Et annet grunnleggende makroøkonomisk prinsipp som kan sees i sammenheng med en økonomisk ringvirkningsanalyse er det samfunnsøkonomiske kretsløpet. I en økonomi er det et kretsløp der penger går fra en sektor til en annen i rundgang (Steigum, 2011, s. 36). Dette er enkelt illustrert nedenfor i figur 1:



Figur 1: Samfunnsøkonomisk kretsløp. Denne figuren er reprodusert fra figur 2.1 (Steigum, 2011, s. 37).

Kretsløpet fungerer på den måten at en bedrift produserer et produkt ved hjelp av arbeidskraft som husholdningene leverer mot kompensasjon, i form av lønn. Lønnen som husholdningene mottar blir deretter brukt til å kjøpe produktet eller tjenesten som bedriften produserer. På denne måten kan husholdningene bytte arbeidskraft mot et gode (lønn), som de igjen bytter mot et annet gode (produktet/tjenesten). Summen av alle ferdige produkter som blir produsert i et slikt kretsløp er det som bli kalt for nasjonalproduktet. Nasjonalregnskapet består i realiteten av et langt mer komplekst kretsløp enn det som er blitt illustrert i figur 1, men prinsippet blir allikevel det samme. Dette kretsløpet er viktig å ha i bakhodet når man senere skal gå gjennom multiplikatoreffekten i en økonomisk ringvirkningsanalyse. Prinsippet om at pengene går gjennom et slikt kretsløp og dermed skaper verdi for mer enn én part er noe av hovedideen bak denne ringvirkningseffekten.

### **3.2 Økonomisk ringvirkningsanalyse**

Tanken bak en økonomisk ringvirkningsanalyse er at et arrangement vil tiltrekke seg personer utenfra regionen. Enten det er i form av publikum, deltakere eller personer som er tilknyttet arrangementet på en annen måte; journalist, frivillig og lignende. Disse personene vil bruke penger i området arrangement befinner seg, noe som vil bidra til verdiskaping da det blir mer penger i omløp i regionen. Målet med en økonomisk ringvirkningsanalyse er å fange opp denne verdiskapingen ved først å finne ut hvor mye penger de besøkende bruker under sitt opphold i den aktuelle regionen. Inntekter og kostnader for arrangøren blir også lagt til da dette både kan bidra til ”nye penger” inn i regionen, men det kan også forårsake at penger forsvinner ut av regionen. Deretter vil den direkte verdiskapingen ganges med en multiplikator for å finne ut hvor store ringvirkninger den opprinnelige pengebruken har. Det vil bli gått nærmere inn på multiplikatoren i senere kapittel.

Ifølge Crompton (2010, s. 17) hevdet Stynes at man kunne fange opp de økonomiske ringvirkningene fra besøkende ved hjelp av en enkel formel:

$$Y = N \times \beta \times M$$

Der Y representerer de økonomiske ringvirkningene og er summen av antall besøkende (N), gjennomsnittlig forbruk per besøkende ( $\beta$ ) og multiplikatoren (M) multiplisert med hverandre. Videre foreslår Crompton (2010, s. 17) at det er fire steg som er nødvendig for å løse denne formelen. Disse stegene vil bli gjennomgått i de neste delkapitlene:

- (1) En må avgjøre hvem som kvalifiserer til å bli definert som besøkende.*
- (2) Det må estimeres hvor mange besøkende som kommer til den aktuelle regionen på grunn av arrangementet.*
- (3) En må estimere gjennomsnittsførbuket til de besøkende i regionen.*
- (4) Avgjøre hvor store ringvirkninger den opprinnelige pengebruken får gjennom korrekt bruk av multiplikatorer.*

I tillegg til disse fire stegene bør det også nevnes viktigheten av å definere området hvor man ønsker å fange opp verdiskapingen presist nok, slik at blant annet arbeidet med å bestemme hvem som kvalifiserer som besøkende blir lettere. Å ikke definere det aktuelle området presist nok er, som nevnt i kapittel 2.2, oppgitt av Crompton (1995) som en av elleve vanlige feil når man utfører en økonomisk ringvirkningsanalyse.

### **3.2.1 De besøkende**

Når det skal defineres hvem som regnes som besøkende og hvem som skal utelates fra beregningen er det viktig å tenke på hvem som bidrar til ”nye penger” i økonomien. Et arrangement kan dra inn store summer fra tilskuere eller deltakere, men dette vil ikke bidra til økt verdiskaping om disse personene hadde brukt de samme summene i regionen uansett om arrangementet ble arrangert eller ikke (Tyrrell & Johnston, 2001, s. 95). Ifølge Crompton (1995, s. 26-29) er det spesielt tre typer besøkende som ikke skal tas med i beregningen, men som allikevel ofte bli regnet med. Lokale besøkende er en gruppe som dermed må utelates da denne gruppen er personer som allerede bor i den aktuelle regionen, og man antar av den grunn at disse uansett ville brukt pengene sine i regionen. Det medfører at pengebruken fra denne gruppen ikke medregnes som verdiskaping som en følge av arrangementet (Crompton, 1995). De to andre gruppene som ikke skal medregnes er ”Time-Switchers” og ”Casuals”. Førstnevnte vil si personer som hadde tenkt å reise til regionen uavhengig av arrangementet, men som endrer tidspunktet på grunn av det. Sistnevnte er personer som tilfeldigvis er på besøk i regionen under arrangementet, og velger å besøke arrangementet siden de allerede er i regionen. Begge gruppene representerer personer som uansett ville brukt pengene i regionen (Crompton, 1995, s. 27).

Når man skal utføre en økonomisk ringvirkningsanalyse må man derfor være påpasselig med at personene som blir inkludert kommer utenfra den definerte regionen, og har arrangementet som sitt hovedformål med reisen (Crompton, 1995; Crompton, 1999; Crompton, 2010; Tyrrell & Johnston, 2001).

### 3.2.2 Estimere de direkte økonomiske ringvirkningene

For å estimere de direkte økonomiske ringvirkningene er Crompton (1999; 2010) hovedsakelig opptatt av de besøkende og deres forbruk under arrangementet. For å beregne forbruket fra denne gruppen finnes det ulike alternativer. Et alternativ er å bruke estimater basert på økonomiske data, mens et annet alternativ er å utarbeide en spørreundersøkelse som går ut til de besøkende der man danner seg et bilde av deres forbruk. Når tilstrekkelig data er samlet inn kan gjennomsnittlig forbruk per person beregnes og multipliseres med antall besøkende. Crompton (1999; 2010) har utarbeidet et utkast til en spørreundersøkelse som kan brukes til denne typen datainnsamling. Det blir spurt hvor intervjuobjektet kommer fra ved at personen blir bedt om å fylle inn postadressen sin. På denne måten kan lokale besøkende utelates fra beregningen. Videre blir det spurt om hvor mange dager man vil være tilstede under arrangementet, og hvor mange netter man vil overnatte i regionen. Hvordan de tilreisende overnatter er også av interesse. Om en person overnatter hos bekjente, på hotell eller på camping vil være av stor betydning for verdiskapingen. Det må også opplyses om hvor mange personer som reiser sammen i gruppe, der personer som skal inkluderes i gruppen er personer man normalt betaler for, slik som familie eller nære venner (Crompton 2010, s. 29). Crompton (2010, s. 31) mener det vil være unøyaktig om respondenten kun skal oppgi individuelle utgifter da det kan tenkes at andre personer i gruppen kan betale for respondenten, eventuelt kan det være at respondenten betaler for andre i sin gruppe. Respondentene blir videre bedt om å oppgi hvor mye penger de har brukt i løpet av oppholdet, og samtidig kategorisere utgiftene i flere ulike poster. Postene de blir bedt å fordele utgiftene mellom i Cromptons (2010) eksempel er:

- (1) *Inngangsbillett.*
- (2) *Restaurant, Bar og lignende.*
- (3) *Dagligvare.*
- (4) *Detaljhandel.*
- (5) *Overnatting.*
- (6) *Drivstoff.*
- (7) *Utgifter privatbil.*
- (8) *Leiebil.*
- (9) *Andre utgifter.*

Grunnen til at respondentene må kategorisere utgiftene er at multiplikatorene for ulike sektorer er forskjellige (Crompton 2010, s. 31). Multiplikatoren vil bli presentert nærmere i

kapittel 3.2.3, men kort fortalt kan man si at multiplikatoren er faktoren som avgjør hvor store ringvirkninger opprinnelig pengebruk har (Crompton, 2010).

De tre siste spørsmålene i Cromptons (2010) spørreskjema har som formål å filtrere ut såkalte "time-switchers" og "casuals" som ble nevnt i kapittel 2.2.1. For å gjøre dette blir det først spurt om vedkommende hadde dratt til den aktuelle regionen på det aktuelle tidspunktet om arrangementet ikke hadde blitt avholdt. Som tilleggsspørsmål blir det også spurt om vedkommende eventuelt ble værende lenger i regionen på grunn av arrangementet og i tilfelle, hvor mye lenger. Det blir også spurt om respondenten ville dratt til regionen på et annet tidspunkt om respondenten ikke hadde dratt dit på det aktuelle tidspunktet på grunn av arrangementet. På denne måten fanger man opp de som kalles for "time-switchers". Det siste spørsmålet er en rangering fra 0 til 10 der respondenten blir spurt om hvor viktig arrangementet var for besøket til regionen. 0 vil si at arrangementet ikke hadde noen påvirkning for besøket, mens 10 vil si at arrangementet var den eneste grunnen for besøket. Tanken er her at om respondenten svare 6, vil 60 prosent av forbruket i regionen være knyttet til arrangementet. Denne metoden, som er nevnt i kapittel 2.2, kan være et nyttig alternativ til å kun spørre respondenten om arrangementet var hovedformål med reisen eller ikke, da det kan tenkes at arrangementet er en av flere faktorer som lokker respondenten til regionen.

Lignende spørreundersøkelser er også brukt av blant annet Grunwell et al. (2011), Greig & McQuaid (2003) og Wilson (2006). Fra disse kan man oppsummere tre nødvendige steg for å estimere den direkte økonomiske effekten fra et arrangement:

- (1) Fange opp antall tilreisende inn i regionen. Her må det kun telles med tilreisende som er der som en konsekvens av arrangementet.*
- (2) Estimere gjennomsnittlig forbruk per dag, per tilreisende.*
- (3) Finne ut hvor mange døgn de tilreisende befinner seg i regionen.*

Denne informasjonen kan settes inn i den tidligere nevnte formelen til Crompton (2010, s. 17):

$$Y = N x \beta x M$$

Gjennomsnittlig forbruk per besøkende,  $\beta$ , blir da gjennomsnittlig forbruk per dag ganget med antall døgn i regionen, slik at formelen blir utvidet til:

$$Y = N x (\alpha x D) x M$$

Der  $\alpha$  representerer gjennomsnittlig forbruk per døgn, per person, mens  $D$  representerer gjennomsnittlig oppholdslengde til de tilreisende. Når de direkte økonomiske ringvirkningene er fanget opp må dette ganges med multiplikatoren for å finne de totale økonomiske ringvirkningene.

### 3.2.3 Bakgrunn for multiplikatoren

Når det kommer besøkende til en region og bruker penger, er det bred enighet om at disse pengene vil skape ringvirkninger videre i økonomien. Crompton (2010, s. 34) sammenligner det med krusningene i vannet etter at en stein har blitt kastet i det. For å forklare kort og forenklet hvordan penger som brukes et sted får konsekvenser videre for alle som er knyttet til det stedet kan man se for seg et restaurantbesøk. Når gjester besøker en restaurant vil det føre til at restauranten kjøper inn råvarer fra en bedrift for å servere gjestene, duker og diverse pynt fra en annen bedrift for å pynte bordet de skal sitte på samt vin og mineralvann fra en tredje og fjerde bedrift. Samtidig må lønn betales til de ansatte som lager og serverer maten til gjestene, en lønn som de ansatte etter hvert vil bruke hos andre bedrifter igjen. Dette er den samme prosessen som ble forklart i kapittel 3.1 med det økonomiske kretsløpet, og multiplikatoren er den som, i en slik analyse, skal fange opp hvor store disse krusningene etter et steinkast blir. Crompton nevner seks ulike måter en mottaker av penger kan videreføre pengene (Crompton 2010, s. 35):

- (1) *Til bedrifter innenfor privat sektor innenfor samme region. Kjøp som gjøres for å fylle på lager for å sikre fremtidig salg, vedlikeholde bygg og anlegg, utstyr osv.*
- (2) *Til ansatte og/eller aksjonærer som er bosatt i regionen i form av lønn eller utbytte.*
- (3) *Til lokale myndigheter i form av skatt eller konsesjonsavgifter.*
- (4) *Til privat sektor utenfor den aktuelle regionen.*
- (5) *Til ansatte og/eller aksjonærer som er bosatt utenfor den aktuelle regionen i form av lønn eller utbytte.*
- (6) *Til ikke-lokale myndigheter, fylke eller stat, i form av skatt.*

En kan se at de tre første punktene representerer penger som blir ”gjenbrukt” i den aktuelle regionen, mens de tre siste punktene representerer på den andre siden en lekkasje. Det vil si at noe av pengene som blir brukt i regionen forsvinner ut igjen av forskjellige grunner. Det er derfor kun de første tre punktene som vil føre til økt verdiskaping for regionen. Det er heller ikke nødvendigvis alt av lønn og utbytte til lokale som vil bidra til verdiskaping, da noe av



inntektene kan bli brukt til ulike former for sparing i stedet for forbruk. For regionen vil ikke økt sparing bidra til verdiskaping. I tillegg kan husholdninger velge å bruke noe av inntektene utenfor regionen, for eksempel på ferie, noe som i likhet med sparing, heller ikke vil bidra til økt verdiskaping i regionen. Motsatt kan det tenkes at noe av inntektene til personer som er bosatt utenfor regionen kan bli brukt innenfor regionen (Crompton 2010, s. 36).

Den totale effekten fra opprinnelig pengebruk kan deles inn i tre deler: Direkte effekt, indirekte effekt og fremkalt effekt. Direkte effekt ble forklart i kapittel 2.2.2. Indirekte og fremkalt effekt er de ringvirkningene multiplikatoren fanger opp. Indirekte effekt er ringvirkninger som følge av at myndigheter og privat sektor bruker inntektene til kjøp innad i regionen, mens fremkalt effekt er ringvirkningene som oppstår som følge av de direkte og de indirekte effektene. Det vil si virkningene av at ansatte eller aksjonærer bruker noe av inntekten sin fra bedriften hos andre bedrifter i regionen (Crompton 2010, s. 36). Alt dette kan sees i sammenheng med figur 1, der økonomien blir vist som et kretsløp. Samfunnsøkonomien fungerer slik at penger hele tiden er i omløp uten en start og slutt. Når ”nye penger” kommer inn i denne prosessen er det dermed ikke bare den første mottakeren som vil bli påvirket, alle andre parter i det aktuelle kretsløpet vil også bli påvirket som følge av en dominoeffekt. Multiplikatoren er dermed det som skal fange opp hvor stor denne dominoeffekten er. Det å utarbeide multiplikatorer er en omfattende og krevende prosess som krever at man setter seg inn i en mengde forskjellig makroøkonomisk data. For bruk i arrangementsanalyse har Crompton tidligere brukt IMPLAN for denne prosessen. Dette er et program med ferdig utregnede multiplikatorer, der man kan legge inn de direkte økonomiske effektene av et arrangement og få den totale effekten som output (Crompton, Lee & Shuster, 2001). For analysen som senere skal bli presentert i denne oppgaven er multiplikatorene på fylkesnivå ”hentet fra Transport Økonomisk Institutt (TØI) artikkelserie om økonomiske virkninger av reiselivet” (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 10). På samme måte som Crompton har brukt IMPLAN, har denne oppgaven tatt i bruk et verktøy for analyseprosessen der multiplikatorene ligger ferdig i verktøyet basert på den nevnte artikkelserien. Dette verktøyet, arrangementskalkulatoren, blir nærmere presentert i neste kapittel.

## **KAPITTEL 4 – ARRANGEMENTSKALKULATOREN**

I dette kapitlet vil bakgrunnen for og bruksmåten til arrangementskalkulatoren, som er verktøyet som er blitt brukt for å foreta analysen av Ironman, bli presentert.

### **4.1 Arrangementskalkulatoren**

For å estimere verdiskapingen fra Ironman 2014 er det blitt brukt en arrangementskalkulator som verktøy. Arrangementskalkulatoren er utarbeidet i Microsoft Excel av PricewaterhouseCoopers og eies av Innovasjon Norge, mens bruksretten er gitt til Norway Convention Bureau, heretter kalt NCB. Arrangementskalkulatoren er et viktig verktøy for å kartlegge betydningen kultur- og idrettsarrangementer har for sin by eller region, og er ment å motivere arrangører til å satse på arrangementsturisme gjennom økt kunnskap om disse effektene (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 3). For at resultatene skal være så troverdige som mulig har NCB valgt å ikke gi ut arrangementskalkulatoren til noen andre parter, da de på denne måten kan sikre at kalkulatoren blir brukt riktig og konsekvent hver gang. Denne analysen er dermed gjort i samarbeid med NCB i tillegg til arrangøren av Ironman 70.3 Haugesund, Wen Events AS.

Kalkulatoren skiller mellom direkte og indirekte effekter. Direkte effekter er de besøkendes kjøp av varer og tjenester i tillegg til arrangørens kjøp av varer og tjenester, mens de indirekte effektene kommer som en følge av at den opprinnelige pengebruken skaper ringvirkninger (PricewaterhouseCoopers, 2011). Måten arrangementskalkulatoren er bygd opp på er dermed i tråd med teoriene om økonomisk ringvirkningsanalyse som er presentert tidligere i oppgaven.

### **4.2 Forutsetninger i arrangementskalkulatoren**

I veiledningen til arrangementskalkulatoren fra PricewaterhouseCoopers (2011, s. 4-5) blir det presentert noen forutsetninger som er lagt til grunn for at modellen skal være enkel i bruk:

- (1) Modellen forutsetter at det er ledig kapasitet i økonomien. Det vil si at alternativkostnaden til arrangementet ikke er hensyntatt. Det blir antatt at arrangementet og dets besøkende ikke vil fortrenge andre potensielle besøkende. I noen tilfeller kan det forekomme at et arrangement tiltrekker seg besøkende i en periode der hotellene vanligvis er fullbooket. Dette vil føre til at de tilreisende til arrangementet vil fortrenge andre gjester og verdiskaping fra hotellovernatting blir i realiteten null da hotellene uansett ville vært

fullbooket. Selv om det i denne modellen er antatt ledig kapasitet i økonomien må det likevel legges inn hotellovernatting i modellen. Forutsetning om ledig kapasitet har størst konsekvenser for sektorer hvor kapasitet er en begrensning slik som nettopp hotellovernatting, og mindre for, blant annet, kjøp av varer i butikk (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 5). Når alternativkostnaden her er satt lik null kan det potensielt føre til en overestimering av verdiskapingen.

(2) Modellen regner ikke forbruk fra de lokalt besøkende som verdiskaping. Modellen antar at de lokalt besøkende ville brukt pengene i arrangørregionen uansett om arrangementet ble arrangert eller ikke. Det eneste som eventuelt endres er tidspunktet for pengebruken. Det kan argumenteres for at enkelte lokale vil forbruke penger i den aktuelle regionen på grunn av arrangementet, som ellers ville blitt brukt utenfor regionen da Ironman er et arrangement som går midt på sommeren i en tid da mange gjerne drar på ferie til utlandet eller til andre steder i Norge. Det kan tenkes at Ironman fører til at noen avlyser weekendferien for å bli igjen i Haugesund og se på Ironman istedenfor. Dermed blir forbruket fra disse personen ekstra verdiskaping for regionen som en følge av arrangementet. Denne forutsetningen kan dermed føre til en mulig underestimering av verdiskapingen.

(3) En tredje forutsetning er at kostnadene til arrangøren i regnskapet er lik utgiftene. Et brudd på denne forutsetningen kan forekomme om

*arrangør av årlige arrangementer bokfører investeringer i bygninger, området og inventar som en langsiktig eiendel. Investeringsutgiften vil da ikke reflekteres i regnskapet og dermed utelates fra modellen på tross av at investeringen vil skape verdier fra det øyeblikket den utbetales til leverandør (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 5).*

Denne forutsetningen har en ubestemt effekt på verdiskapingen. Det vil si at det er usikkert om den bidrar til over- eller underestimering av verdiskapingen.

(4) Det forutsettes at alle inntekter og kostnader genereres i arrangementsåret. Dette gjøres for at modellen skal slippe å ta hensyn til prisforandringer og lignende, og dermed beholde brukervennligheten i modellen. Dette kan være et potensielt problem for store arrangementer der utgiftene gjerne er spredt over flere år. Et godt eksempel er de olympiske leker, der kostnader i forbindelse med bedret infrastruktur er spredt over en

lang periode, mens inntektene gjerne kommer i løpet av en kort periode under arrangementet. Denne forutsetningen kan føre til en mulig overestimering av verdiskapingen i slike tilfeller. For mindre arrangementer, slik som Ironman, skal imidlertid ikke dette være et problem.

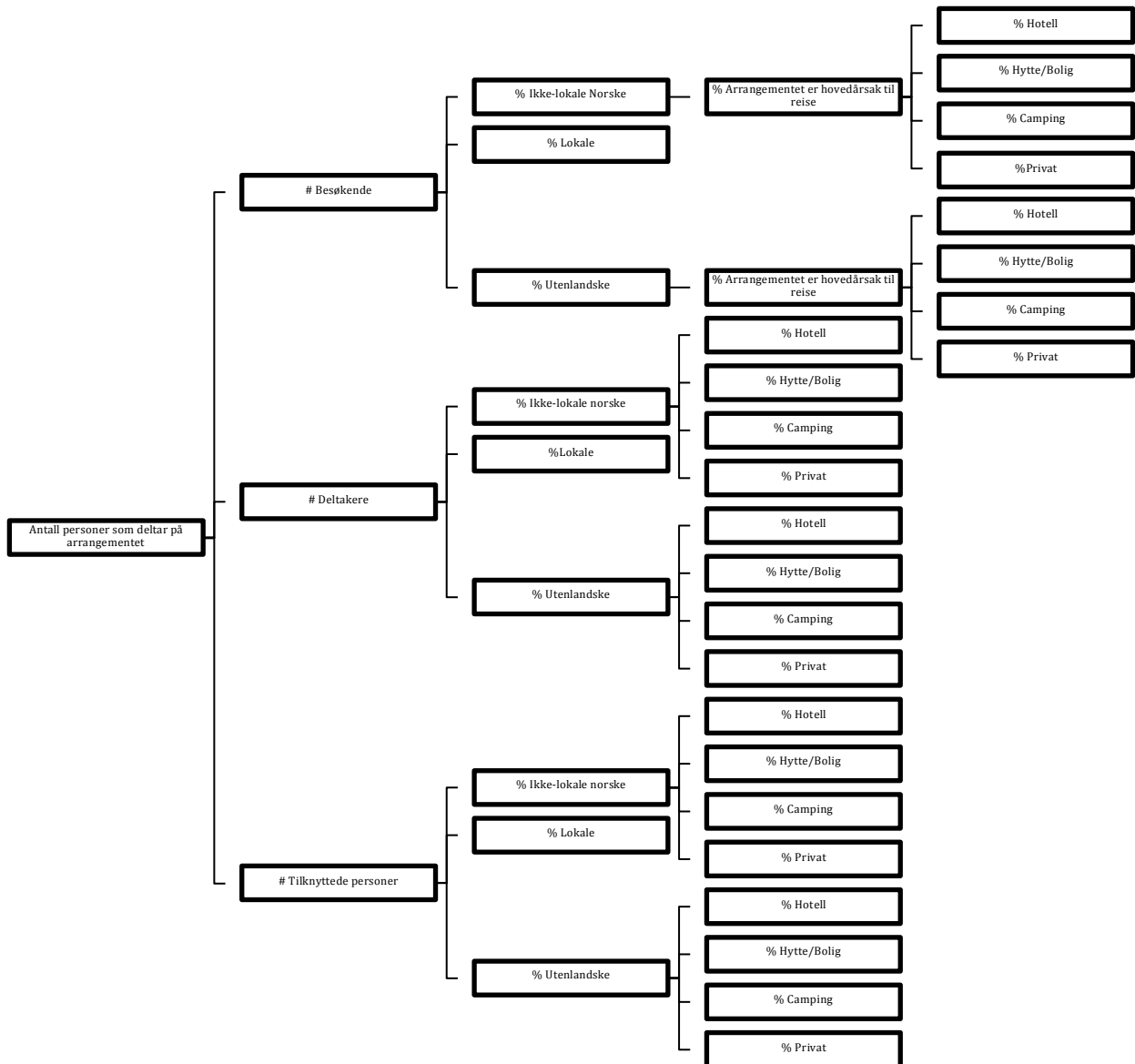
(5) En femte forutsetning er at transportkostnader for de besøkende er utelatt fra modellen. Det vil si penger de besøkende har brukt på å komme seg til den aktuelle regionen. Det kan være drivstoff og bompenger eller det kan være utgifter til offentlig transport. Det kan også inneholde generelle utgifter i forbindelse med transporten, slik som mat og eventuell overnatting på veien. I dokumentet fra PricewaterhouseCoopers (2011) argumenteres det med at det er en veldig liten del av disse utgiftene som vil tilfalle arrangørregionen, mens det samtidig er krevende å finne ut størrelsen på denne utgiften. Transportkostnader er noe som i størst grad vil påvirke verdiskapingen utenfor arrangørregionen og i så tilfelle vil utelatelse av dette kunne bidra til en underestimering av den nasjonale verdiskapingen. Da det er regional verdiskaping og ikke nasjonal, som er interessant i dette tilfellet vil ikke dette ha stor betydning for resultatet.

(6) Ved et besøk hos NCB i Oslo i forbindelse med estimeringen av verdiskapingen til Ironman, Torsdag 5.2.2015, kom det frem en forutsetning til. Birgitte Nestande, som er prosjektleder for arrangementsturisme i NCB og personen som utførte analysen i samarbeid med forfatter, kunne fortelle at ikke kvantifiserbare tall er utelatt fra beregningen. Det vil, blant annet, si at reklamen arrangementet gir for sin region ikke blir regnet med som verdiskaping. Eksempelvis kan Ironman føre til at flere får øynene opp for Haugesundregionen og velger å besøke regionen i fremtiden. Denne effekten er imidlertid svært vanskelig å måle og utelates dermed fra analysen. Dette er noe som kan føre til en underestimering av verdiskapingen.

For å oppsummere kan man si at av de seks forutsetningene som nå er blitt presentert kan to av dem bidra til en mulig overestimering av resultatene, mens tre kan bidra til en underestimering av resultatene, samtidig som det er én forutsetning der effekten ikke er bestemt.

### 4.3 Nødvendig input

I arrangementskalkulatoren skilles det mellom besøkende og arrangøren i to forskjellige faner, der man først legger inn nødvendig informasjon om de besøkende, før det deretter kan legges inn kostnader og inntekter for arrangøren i egen fane etterpå. For de besøkende er det hovedsakelig syv punkter med informasjon man må hente inn eller estimere, der de fire første er oppsummert i figur 2 nedenfor:



Figur 2: Nødvendig input om de besøkende i arrangementskalkulatoren. Figuren er produsert med utgangspunkt i PricewaterhouseCoopers (2011).

Fra figur 2 kan man se at det skilles mellom besøkende, deltakere og tilknyttede personer. Deltakere er mest aktuelt ved sportsarrangement der det deltar profesjonelle idrettsutøvere og/eller amatører, mens tilknyttede personer kan være journalister, frivillige, delegater og lignende. I og med at disse to gruppene opplagt er i regionen på grunn av arrangementet er det kun de besøkende man må vurdere om er i regionen på grunn av arrangementet eller ikke. Grunnen til at de som er i regionen av andre årsaker enn arrangementet må ekskluderes er, som nevnt i kapittel 3.2.1, at disse personene er antatt å bruke pengene i regionen uavhengig av arrangementet. Etter å ha kategorisert de tilreisende må man legge inn hvor stor andel av disse som er lokale, ikke-lokale norske og utenlandske. I tråd med teorien er det kun de ikke-lokale norske og de utenlandske som vil ha betydning for verdiskapingen. Det neste steget som må tas i betraktning for hver av gruppene er hvordan de overnatter. Hotell, camping eller leie av hytte/bolig er helt klart de tre som skaper størst verdi for regionen. Personer som for eksempel har bekjente i regionen, eller i nærheten av regionen, kan imidlertid velge å bo privat, noe som vil bidra til tapt verdiskaping for regionen.

De to neste stegene er det som virkelig har en innvirkning på forbruket til de tilreisende. Først må lengden på oppholdet til de tilreisende estimeres, noe som gjøres ved å estimere eller kalkulere gjennomsnittlig oppholdslengde per person, per overnattingsform. Det vil si at man legger inn en oppholdslengde for de som overnatter på hotell, en for de som overnatter på en hytte/bolig, en for de som overnatter på camping og en for de som overnatter privat. Deretter vil kalkulatoren automatisk regne ut hvor mange overnattingsdøgn det er per overnattingsform totalt, avhengig av antall tilreisende. I tabell 2 kan man se hva som videre er nødvendig å legge inn i arrangementskalkulatoren. I dette tilfellet skal det legges inn døgnforbruket per deltaker til andre enn arrangør. I kalkulatoren må døgnforbruket fylles ut for hver av de tre kategoriene: deltakere, tilknyttede personer og besøkende. For å unngå å telle utgifter dobbelt utelater man utgifter til arrangør, da dette vil regnes som inntekter for arrangøren når man skal legge inn inntekter og kostnader for arrangør senere. Døgnforbruket per tilreisende kan innhentes ved hjelp av et spørreskjema tilsvarende det Crompton henviser til i sin bok om økonomisk ringvirkningsanalyse (2010, s. 29) og som ble nevnt i kapittel 3.2.2, eller man kan estimere det basert på annen forskning eller informasjon fra ulike kilder. I arrangementskalkulatoren er det lagt til en egen knapp som kan trykkes på for å få opp ferdig estimerte tall. Dette er gjennomsnittssatser basert på forbruket til ikke-lokale norske (Dybedal & Farstad, 2010) og utenlandske turister (Farstad & Rideng, 2008). Disse tallene er

gjennomsnittstall for hele landet, og kan i så måte være over- eller underestimerte avhengig av hvilken region som undersøkes.

<b>Døgnforbruk i region per tilreisende til andre enn arrangør</b>				
	<b>Hotell</b>	<b>Leid hytte/bolig</b>	<b>Camping</b>	<b>Privat</b>
<b>Overnatting</b>				
<b>Servering</b>				
<b>Kjøp av dagligvarer</b>				
<b>Øvrige innkjøp</b>				
<b>Transport innenfor region</b>				
<b>Aktiviteter og kjøp av tjenester</b>				
<b>Sum døgnforbruk per deltaker</b>				

*Tabell 2: Input av døgnforbruk per tilreisende i regionen til andre enn arrangør.*

Den siste inputen som må fylles inn i arrangementskalkulatoren for de tilreisende er overnattingskapasiteten i regionen for hoteller og for hytter/leiligheter. Grunnen til at overnattingskapasiteten i regionen må legges inn er at man ikke skal kunne overestimere verdiskapingen fra de besøkende. Om, for eksempel, overnattingskapasiteten i regionen er 5000 senger, mens det er 7000 besøkende som er avhengige av å leie en seng, kan man uansett ikke regne med mer enn 5000 senger i verdiskapingen, da de resterende 2000 vil måtte bo sette seg utenfor regionen eller på andre måter enn hotell. For å ta det et steg videre må man også legge inn normal overnattingskapasitet for regionen. Om normalt belegg er 80 prosent kan man kun si at de 1000 ledige sengene vil ha et potensiale for økt verdiskaping som følge av arrangementet. Dette gjøres fordi de resterende 4000 sengene uansett ville vært leid av andre gjester i perioden.

I tillegg til inputen fra de besøkende som nettopp er gjennomgått trenger en også noe input fra arrangøren, som legges inn i en egen fane i kalkulatoren, da arrangørs kjøp av varer og tjenester kan bidra til økt verdiskaping på lik linje med forbruk fra de tilreisende. Det er imidlertid kun to av fire mulige kombinasjoner av forbruk og finansiering som vil påvirke den regionale verdiskapingen (PricewaterhouseCoopers, 2011). De fire kombinasjonene er:

- (1) Forbruk i region finansiert med ressurser utenfra region.
- (2) Forbruk i region finansiert med ressurser fra region.
- (3) Forbruk utenfor region finansiert med ressurser utenfra region.
- (4) Forbruk utenfor region med ressurser fra region.

Det er kun punkt 1 som vil påvirke verdiskapingen i regionen positivt, samtidig som punkt 4, forbruk utenfor region med ressurser fra region, vil dra ned verdiskapingen i regionen da det bidrar til at penger forsvinner ut av regionen. Når denne informasjonen skal legges inn i kalkulatoren legger man inn hver inntekts- og kostnadslinje slik en ser i tabell 3 nedenfor:

<b>Legg til inntektslinje</b>	
<b>Navn</b>	
<b>Totalt beløp (kroner)</b>	
<b>Andel lokal (%)</b>	
<b>Andel Norge utenfor region (%)</b>	
<b>Andel utenlandske (%)</b>	

*Tabell 3: Input av inntekter for arrangør.*

Her legger man inn én og én inntektslinje ved navn og fordeler summen på samme måte som ble gjort blant de tilreisende: lokalt forbruk, Norge utenfor region og utenlandsk. På denne måten klarer kalkulatoren å fordele inntektene i de fire tidligere nevnte kombinasjonene av forbruk og finansiering. Når kostnadene skal legges inn vil det være én forandring fra tabell 3, som viser inntektene. Her må man klassifisere kostnadene i forskjellige kategorier som hotell og restaurant, varehandel, transport, privat tjenesteyting med mer. Dette gjøres for å få frem forskjellene i verdiskapingen for ulike typer forbruk, da forbruk vil skape ulike effekter hos de forskjellige sektorene. For å oppsummere hva man trenger av input ser en at det er åtte punkter som må gjennomgås:

- (1) Antall personer som deltar på arrangementet samt kategorisering av disse.*
- (2) Fordele disse som ikke-lokale norske, utenlandske og lokale.*
- (3) Finne ut hvor mange av de tilreisende som har arrangementet som hovedårsak til reisen.*
- (4) Overnattingsform.*
- (5) Oppholdslengde.*
- (6) Døgnforbruk per person.*
- (7) Overnattingskapasitet i regionen.*
- (8) Inntekter og kostnader for arrangøren og fordeling av disse.*



#### 4.4 Multiplikatoren

Når den nødvendige inputen er lagt inn kan man i kalkulatoren trykke på regional verdiskaping og resultatene vil bli presentert i en egen fane. Multiplikatoreffektene er lagt inn i programmet på forhånd og resultatet blir dermed regnet ut automatisk i arrangementskalkulatoren. På den første siden i kalkulatoren må en velge fylke der arrangementet blir holdt, noe som danner grunnlag for hvor store multiplikatorene er, da ”modellen benytter produksjonsmultiplikatorer på fylkesnivå for å beregne indirekte effekter på regionalt nivå” (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 10). Det vil si at multiplikatorene er forskjellige fra fylke til fylke, noe som kan skape utfordringer i tilfeller hvor arrangementet strekker seg over flere fylker. Da blir man nødt til å velge det fylke som representer hoveddelen av arrangementet, men det kan likefult gi en over- eller underestimert av resultatet. En annen utfordring med at man bruker produksjonsmultiplikatorer på fylkesnivå er at siden multiplikatoren er et gjennomsnittstall for fylke kan resultatene bli overestimert i mindre deler av fylke, mens de kan bli underestimert i store tettsteder. Eksempelvis kan det tenkes at samme type arrangement med helt lik input i realiteten vil skape større ringvirkninger i Stavanger enn i Vindafjord, da Stavanger blant annet har et mye større næringsliv med for eksempel høyere hotellkapasitet. Multiplikatorene for fylkesnivå i kalkulatoren er, som tidligere nevnt, hentet fra TØIs artikkelserie om økonomiske ringvirkninger av reiselivet, men da de ikke har beregnet økonomiske virkninger for alle fylkene er det brukt et gjennomsnitt av lignende fylker for de fylkene som ikke har egne multiplikatorer (PricewaterhouseCoopers, 2011, s. 10). Dette er noe som kan gi unøyaktigheter for enkelte fylker, men resultatet vil uansett gi et godt innblikk i potensialet til et arrangement, gitt at inputen er plausibel.

## **KAPITTEL 5 – ANALYSE AV IRONMAN 70.3 HAUGESUND 2014**

I dette kapitlet vil selve analysen av arrangementet bli gjennomgått. Det vil bli forklart hva arrangementet dreier seg om, hvordan det er gått frem for å samle inn de nødvendige dataene og til slutt resultatet av analysen.

### **5.1 Arrangementet**

Ironman 70.3 Haugesund er en av mange forskjellige triatlonkonkurranser i Norge, men det er landets eneste Ironman. Konkurransen som består av svømming, sykling og løping, tiltrekker seg utøvere fra alle verdensdelene og har fått svært gode tilbakemeldinger fra utøverne i etterkant (Kristiansen, 2014). Konkurransen starter med en 1,9 kilometer lang svømmetur i Skeisvatnet, som ligger omtrent en 25 minutters spasertur fra kaien i Haugesund hvor det hele avsluttes senere på dagen. Etter svømmedelen setter deltakerne seg på sykkelen hvor turen går nordover til nabokommunen Sveio, før de snur og sykler tilbake. Her sykler de innom Vormedal som tilhører en annen nabokommune, Karmøy, før de avslutter sykkeletappen der de startet, ved Skeisvatnet. Den avgjørende løpetappen er en sløyfe på 2 runder som gjør at utøverne får løpe langs kaien som er full av tilskuere hele fem ganger før de krysser mållinjen, som er plassert på enden av en rekke med uterestauranter. Det hele gjør at stemningen er god og publikum får gode muligheter til å heie frem sine favoritter enten de sitter på en av uterestaurantene langs kaien eller på de oppsatte tribunen. Spesielt sykkeletappen og løpetappen drar tilfredsheten opp hos deltakerne med henholdsvis 97 og 95,6 prosent på det som blir kalt ”overall satisfaction”. Av undersøkelsen kom det frem at hele 97,4 prosent vil anbefale Ironman 70.3 Haugesund videre til sine bekjente (Kristiansen, 2014).

### **5.2 Område**

Når man skal foreta en ringvirkningsanalyse av et slikt arrangement er det viktig å definere området. Ifølge Crompton (1995) er det å ikke definere området presist nok en av elleve vanlige fallgruver når man foretar en økonomisk ringvirkningsanalyse. For denne analysen er området begrenset til Haugesund by og omegn der nabokommuner som Karmøy, Tysvær og Sveio faller innenfor dette området. Grunnen er, blant annet, at enkelte overnattingssteder som deltakere og besøkende benytter seg av befinner seg i Karmøy-, Tysvær- og Sveio kommune i tillegg til Haugesund.

### 5.3 Datagrunnlag

De nødvendige dataene er samlet inn i samarbeid med arrangørene av Ironman, der Tone Bendiksen, daglig leder i Wen Events som er ansvarlig for arrangementet, er den som har stått for den nødvendige informasjonen. Inputen ble lagt inn i kalkulatoren i samarbeid med Birgitte Nestande i NCB, som har bruksretten til arrangementskalkulatoren. Ved å gjøre det på denne måten blir det mulig og sammenligne resultatene fra 2014 med resultatene fra 2013 da NCB har brukt kalkulatoren til å analysere arrangementet også tidligere. Når det kommer til inntekter og kostnader ved arrangementet er dette tall som er relativt sikre da denne analysen er gjort i etterkant av arrangementet, mens det kan være mer usikkerhet rundt forbruket til de besøkende da dette er basert på estimater og dermed ikke kan fastslås med 100 prosent sikkerhet.

De besøkende blir delt inn i tre kategorier. Deltakere, tilknyttede personer og besøkende/tilskuere. Deltakere er naturligvis de som meldte seg på og stilte til start i Ironman. Tilknyttede personer kan være funksjonærer, VIPs, journalister og andre personer som er tilknyttet Ironman nasjonalt eller internasjonalt. Besøkende/tilskuere vil da være alle andre som drar for å se på arrangementet, enten de er lokale eller ikke. Tabell 4 nedenfor viser fordelingen av personer i disse tre kategoriene:

Antall personer fordelt på kategori		Andel av totalt antall personer
Antall besøkende/tilskuere	25 000	92 %
Antall tilknyttede personer	750	3 %
Antall deltakere	1 280	5 %
<b>Totalt antall personer</b>	<b>27 030</b>	<b>100 %</b>

Tabell 4: Fordeling av personer som var til stede under Ironman 70.3 Haugesund 2014.

Som tabell 4 viser var det rett i overkant av 27 000 personer tilstede under Ironman 2014, der over 90 prosent er besøkende eller tilskuere. Det kan også nevnes at det var 1610 påmeldte deltakere i 2014, mens kun 1280 av disse stilte til start, det vil si et frafall på like over 300 personer, noe som kan sees på som et forbedringspotensialet for arrangøren. Det er imidlertid ikke alle personene i tabell 4 som vil ha betydning for verdiskapingen for regionen, da mange av disse er lokale. På bakgrunn av dette må man fordele disse som ikke-lokale norske, utenlandske og lokale, noe som er vist i tabell 5 under:

<b>Kategorisering av de tilreisende</b>			
	<b>Ikke-lokale norske</b>	<b>Utenlandske</b>	<b>Lokale</b>
<b>Andel Besøkende</b>	25 %	10 %	65 %
<b>Andel med arrangement som hovedårsak til reise</b>	100 %	100 %	
<b>Antall besøkende av betydning for verdiskaping</b>	6 250	2 500	
<b>Andel tilknyttede personer</b>	4 %	4 %	92 %
<b>Antall tilknyttede av betydning for verdiskaping</b>	30	30	
<b>Andel deltakere</b>	68 %	20 %	12 %
<b>Antall deltakere av betydning for verdiskaping</b>	870	256	

*Tabell 5: Andel av personer som var til stede under Ironman 70.3 Haugesund 2014, som har betydning for verdiskapingen.*

Av tabell 5 kan man se at det til sammen er 9936 personer som har betydning for verdiskapingen for regionen, noe som utgjør rett i underkant av 37 prosent av det totale antallet personer som var tilstede under arrangementet. Det er også valgt å si at samtlige besøkende, utenlandske og ikke-lokale norske, har arrangementet som hovedårsak til reisen og dermed er tellende for verdiskapingen. Dette kan forsvares ved at det ikke er noen andre arrangementer eller lignende som tiltrekker seg turisme i særlig grad på den tiden, samtidig som Haugesund ikke er en by som tiltrekker seg turisme i samme grad, som for eksempel Bergen, Oslo og Stavanger gjør. Samtidig kan det tenkes at det er besøkende som uansett hadde tenkt seg til regionen, men som endret tidspunkt på grunn av arrangementet, såkalte ”time-switchers” som ble nevnt i kapittel 3.2.1. For å se hvordan en eventuell nedjustering vil påvirke verdiskapingen vil kapittel 5.6 presentere en følsomhetsanalyse som blant annet tar hensyn til dette. Når en har kommet frem til antallet som har betydning for verdiskapingen må man så se på hvor mye penger disse har lagt igjen i regionen, noe som gjøres ved å se på overnattingsformen, oppholdslengden og døgnforbruket per person.

<b>Fordeling av tilreisende på overnattingsform i %</b>						
	<b>Besøkende</b>		<b>Tilknyttede personer</b>		<b>Deltakere</b>	
	<b>Ikke-lokale</b>	<b>Utenlandske</b>	<b>Ikke-lokale</b>	<b>Utenlandske</b>	<b>Ikke-lokale</b>	<b>Utenlandske</b>
<b>Hotell</b>	16 %	20 %	100 %	100 %	70 %	90 %
<b>Leid hytte/bolig</b>	24 %	40 %				10 %
<b>Camping</b>	10 %	10 %				
<b>Privat</b>	50 %	30 %			30 %	

*Tabell 6: Fordeling av de tilreisende på overnattingsform.*

Tabell 6 viser fordelingen av de ulike kategoriene med tilreisende på overnattingsform. De besøkende er relativt jevnt fordelt på de fire overnattingsformene, samtidig som et klart flertall av de tilknyttede personene og deltakerne bor på hotell. For deltakerne er det naturlig å anta at valget av hotell fremfor camping handler om komfort og det å ha en best mulig oppladning før konkurranse. Overnatting på hotell er også det mest ønskelige for regionen i et verdiskapingsperspektiv, da dette generer klart mer penger enn overnatting på camping, hytte eller privat. Dette kan man tydelig se i tabell 8, over døgnforbruket lenger ned.

<b>Oppholdslengde ( antall døgn)</b>				
	<b>Hotell</b>	<b>Leid hytte/bolig</b>	<b>Camping</b>	<b>Privat</b>
<b>Besøkende</b>	2,5	2,5	2,5	2,5
<b>Tilknyttede personer</b>	4,0	4,0	4,0	4,0
<b>Deltakere</b>	2,0	3,0	3,0	3,0

*Tabell 7: Gjennomsnittlig oppholdslengde per person fordelt på overnattingsform.*

Av tabell 7, som omhandler oppholdslengden, kan man se at tilknyttede personer er de som oppholder seg lengst i regionen, mens deltakere har ett døgn mindre. Grunnen kan være at tilknyttede personer gjerne er mer involvert i forberedelser inn mot arrangementet og derfor trenger å være tilstede lenger. Deltakerne har også en fordel av å møte opp tidligere, slik at de kan slappe av å lade bedre opp til konkurransedagen, og det er da kanskje noe overraskende at deltakerne som bor på hotell i snitt oppholder seg ett døgn mindre enn de resterende deltakerne. Dette kan imidlertid skyldes hotelprisene som er noe høyere enn prisen for de tre andre overnattingskategoriene. De besøkende, med 2,5 døgn uansett overnattingsform, er de som tilbringer minst tid i regionen under arrangementet og det kan være stort potensialet for økt verdiskaping her da denne gruppen utgjør 88 prosent av de tilreisende med omtrent 6250 ikke-lokale norske og rundt 2500 utenlandske. Dette potensialet er noe som vil bli undersøkt senere i oppgaven når det blir presentert følsomhetsanalyser på ulike input. Oppholdslengden er forøvrig tall som er basert på erfaringer fra arrangøren.

<b>Døgnforbruk i region per deltaker til andre enn arrangør</b>				
	<b>Hotell</b>	<b>Leid hytte/bolig</b>	<b>Camping</b>	<b>Privat</b>
<b>Overnatting</b>	1 009	338	165	-
<b>Servering</b>	307	81	114	108
<b>Kjøp av dagligvarer</b>	251	191	141	169
<b>Øvrige innkjøp</b>	72	39	87	70
<b>Transport innenfor region</b>	192	110	126	105
<b>Aktiviteter og kjøp av tjenester</b>	101	125	75	32
<b>Sum døgnforbruk per deltaker</b>	<b>1 933</b>	<b>883</b>	<b>708</b>	<b>484</b>

*Tabell 8: Døgnforbruk i region per deltaker til andre enn arrangør.*

I tabell 8 kan man se det estimerte døgnforbruket i regionen per person til andre enn arrangør. Grunnen til at utgifter til arrangør er utelatt er at dette vil bli medregnet som inntekter når man går gjennom inntekter og kostnader for arrangør senere, og en unngår slik å telle dobbelt og dermed overvurdere verdiskapingen. Det kommer tydelig frem at utgifter til hotell er betraktelig høyere enn de tre andre overnattingsformene, og at det derfor er ønskelig å utnytte hotellkapasiteten i regionen til det fulle. De som bor på hotell har et betydelig høyere totalforbruk enn de øvrige gruppene med 1933 NOK, noe som i stor grad skyldes kostnaden ved overnatting. Som tidligere nevnt er dette gjennomsnittssatser basert på forbruket til ikke-lokale norske (Dybedal & Farstad, 2010) og utenlandske turister (Farstad & Rideng, 2008). Dette er dermed estimerte tall som gjelder for hele landet, og det kan derfor være visse avvik i forhold til de faktiske tallene for Haugesundregionen. Imidlertid skal disse tallene likevel gi et godt bilde av verdiskapingspotensialet til arrangementet.

Videre ble det også lagt inn overnattingskapasitet i modellen, der kapasiteten ble satt til 1860 senger i hotellnæringen og 3000 senger for hytter og leiligheter. For camping forutsettes det ubegrenset kapasitet, da folk som ønsker å bo i telt, bobil, campingvogn og lignende som regel har lett for å finne seg en egnet plass å overnatte. Normalt belegg i perioden uten arrangementet er satt til 20 prosent for hoteller og 10 prosent for hytter og leiligheter. Det vil si at 1488 av de 1860 hotellsengene og 2700 av 3000 senger i hytter og leiligheter vil ha verdiskapingspotensialet for regionen under Ironman 70.3 Haugesund 2014. Når dataene for de tilreisende er lagt til kan man gå videre til inntekter og kostnader for arrangøren.

<b>Inntekter og kostnader for arrangør i 2014</b>				
	<b>NOK</b>	<b>Andel i region</b>	<b>Andel Norge utenfor region</b>	<b>Andel utenlandske</b>
<b>Inntekter</b>	6 034 000	53 %	13 %	34 %
<b>Kostnader</b>	6 208 240	57 %	4 %	39 %
<b>Resultat</b>	- 174 240	100 %	0 %	0 %

Tabell 9: Inntekter og kostnader for arrangør i 2014, samt fordeling av disse i forhold til sted.

Tabell 9 viser inntektene og kostnadene for arrangøren i 2014 og fordelingen av disse. Av hensyn til arrangør vises det ikke hvor mye hver enkelt post under inntekter og kostnader utgjør, men kun den totale summen. Inntektene består blant annet av startkontigent og sponsorinntekter/kommunal støtte, mens kostnadene består av markedsføring, drift, utøver utstyr/prispenger, lisensavgift, bygging av arena, sikkerhet, catering og lønn. Som man ser kommer nesten halvparten av inntektene utenfra regionen samtidig som 57 prosent av kostnadene går til ulike parter innad i regionen, noe som bidrar til ”nye penger” i regionen. Samtidig ser man at store deler av pengene som kommer inn til regionen og som forsvinner ut fra regionen kommer fra og havner i utlandet. Dette kan ha sammenheng med at Ironman er et internasjonalt arrangement som har mange samarbeidspartnere med base andre steder enn Norge, noe som både sørger for at penger går ut av Norge og til de aktuelle partene, men også at penger kommer inn til regionen. Tabellen viser også at arrangøren i 2014 gikk med et lite underskudd på 174 240 NOK. Når all inputen er på plass kan resultatet enkelt kalkuleres av arrangementskalkulatoren, disse vil presenteres i neste kapittel.

#### **5.4 Økonomiske ringvirkninger fra Ironman 70.3 Haugesund**

Tabell 10, som tar hensyn til både direkte og indirekte effekt og dermed viser total verdiskaping, viser at Ironman genererte 14,13 millioner NOK i verdiskaping for Haugesundregionen i 2014. Det ble med andre ord innsprøytet 14,13 millioner NOK ”nye penger” inn i det økonomiske omløpet i regionen som en følge av arrangementet. Av dette er det de tilreisende som står for den desidert største delen med rundt 85 prosent av den totale verdiskapingen.

<b>Verdiskaping i Haugesund regionen som følge av Ironman 2014</b>	
	<b>Verdiskaping</b>
<b>Ironman 2014s kjøp av varer og tjenester</b>	-0,05
<b>Besøkendes etterspørsel etter varer og tjenester</b>	12,12
<b>Tilknyttede personers kjøp av varer og tjenester</b>	0,22
<b>Deltakeres kjøp av varer og tjenester</b>	1,84
<b>Total verdiskaping i Haugesund regionen</b>	14,13

Tabell 10: Verdiskaping i Haugesundregionen som følge av Ironman 70.3 Haugesund 2014. Tall er oppgitt i millioner NOK.

Videre er det verdt å legge merke til at arrangørens kjøp av varer og tjenester faktisk bidro til en negativ verdiskaping for regionen i 2014. Arrangøren har dermed bidratt til at det har forsvunnet mer penger ut av regionen enn det har kommet inn i 2014, noe som i utgangspunktet kan virke overraskende i og med at arrangøren ”henter” inn over 2,8 millioner NOK utenfra regionen i form av inntekter samtidig som under 2,7 millioner NOK av kostnadene forsvinner ut av regionen. Om dette er en trend eller et enkelttilfelle vil man se når oppgaven senere sammenligner resultatene fra 2014 med det foregående året. En grunn til denne negative verdiskapingen kan være underskuddet på like over 170 000 NOK som gjør at pengestrømmen totalt sett blir negativ fra arrangør. Nedenfor ser en, i tabell 11, hvordan verdiskapingen fra de tilreisende er fordelt på de ulike sektorene i regionen, samt hva som er direkte og hva som er indirekte verdiskaping. Det er viktig å påpeke at når det her dreier seg om indirekte verdiskaping så inneholder dette både den indirekte og den fremkalte effekten, jmfør kapittel 3.2.3, side 25.

<b>Tilreisendes kjøp av varer og tjenester</b>						
	<b>Besøkende</b>	<b>Tilknyttede personer</b>	<b>Deltakere</b>	<b>Samlet verdiskaping</b>	<b>Direkte verdiskaping</b>	<b>Indirekte verdiskaping</b>
<b>Overnatting</b>	4,15	0,12	0,89	5,17	5,00	0,17
<b>Servering</b>	2,28	0,04	0,35	2,67	2,50	0,18
<b>Kjøp av dagligvarer</b>	1,12	0,01	0,12	1,25	0,90	0,35
<b>Øvrige innkjøp</b>	0,39	0,00	0,04	0,43	0,31	0,12
<b>Transport innenfor region</b>	2,59	0,03	0,29	2,91	2,31	0,59
<b>Aktiviteter og tjenester</b>	1,59	0,02	0,14	1,74	1,15	0,60
<b>Totalt forbruk</b>	12,12	0,22	1,84	14,18	12,16	2,02

Tabell 11: Verdiskapingen fordelt på de forskjellige sektorene. Tabellen viser også hvor mye som er direkte og indirekte verdiskaping. Tall oppgitt i millioner NOK.

Av tabell 11 kan en, ikke overraskende, se at overnatting og servering er to av de store postene som skaper verdi for regionen, der den tidligere nevnte avslutningen av løpet langs uterestaurantene på kaien kan tenkes å bidra positivt til dette. I tabellen er det også delt opp i



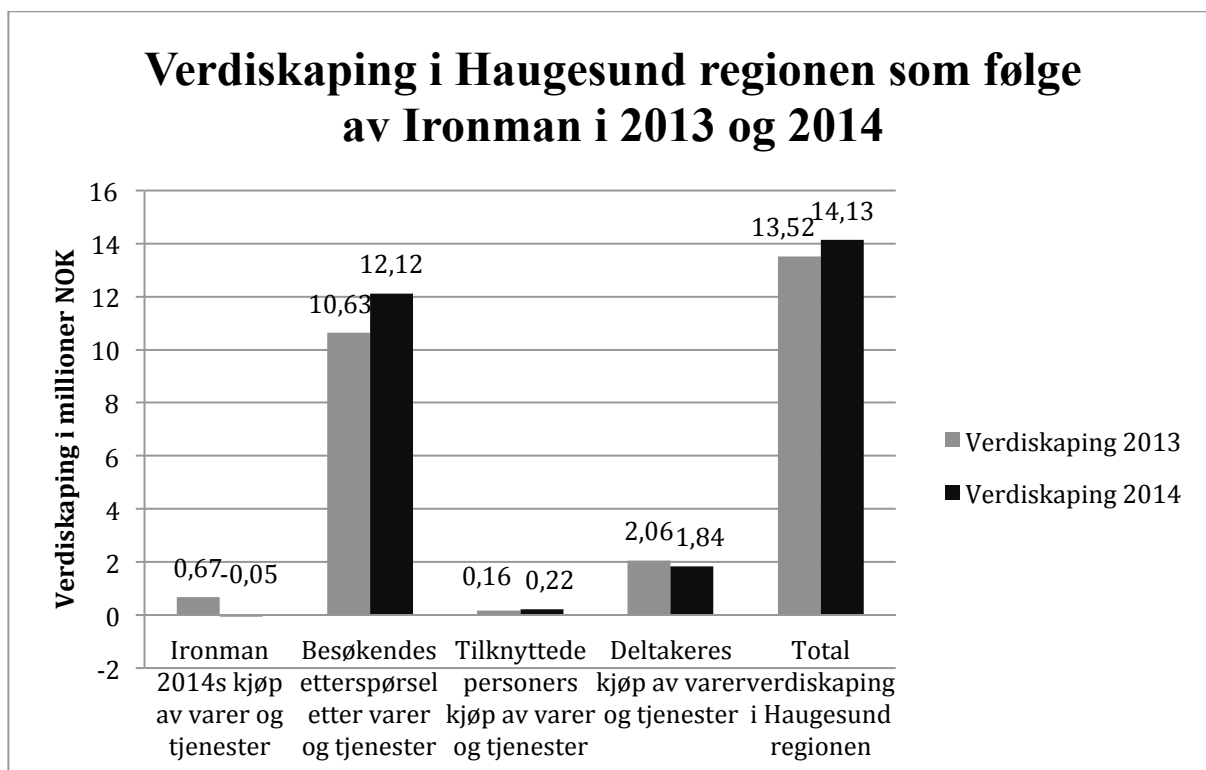
direkte og indirekte verdiskaping slik at en kan danne seg et bilde av hvordan ringvirkningene i de forskjellige sektorene er. Overnatting og servering, som skaper størst verdi for regionen, er de to som skaper minst ringvirkninger, med rundt 3 og 7 prosent, mens de fire andre sektorene ligger mellom 26 og 52 prosent. Det vil si at for hver krone noen bruker på aktiviteter og tjenester vil den kronen generere 52 øre i verdiskaping til regionen i tillegg til kronen som er brukt. På samme måte vil én krone brukt på overnatting kun generere tre øre i tillegg til den ene kronen i verdiskaping for regionen. Slikt sett kan en si at det er mye potensialet å hente innenfor aktiviteter og tjenester. I tråd med teorien som er beskrevet i tidligere kapittel er det naturlig å anta at noe av grunnen til dette er at penger brukt på aktiviteter og tjenester gir større virkninger for videre handelsledd. Det vil si at det er større gjensidig avhengighet mellom bedriftene i denne sektoren.

<b>Nøkkeltall</b>	
<b>Antall ikke-lokale norske og utenlandske besøkende til region</b>	9 936
<b>Antall overnattingsdøgn</b>	24 895
<b>Antall kommersielle overnattingsdøgn</b>	14 424
<b>Kapasitet (antall senger per døgn i region)</b>	1 860
<b>Normalt belegg i perioden uten arrangement (for hotell)</b>	20 %
<b>Ledig kapasitet i perioden uten arrangementet (for hotell)</b>	1 488
<b>Totalt antall per dag som følge av arrangementet (for hotell)</b>	2 400
<b>Verdiskaping per besøkende til region (kroner)</b>	1 422

*Tabell 12: Nøkkeltall fra Ironman 70.3 Haugesund 2014.*

Tabell 12 viser noen utvalgte nøkkeltall fra arrangementet, der man kan se at over 40 prosent av alle overnattingsdøgn var av privat art, mens hver tilreisende person i gjennomsnitt sørget for 1422 NOK i verdiskaping til regionen under oppholdet. Det som kan legges merke til fra tabell 12 er at den ledige kapasiteten for hotellene i regionen uten arrangementet er beregnet til å være 1488 senger per døgn, mens antall etterspurte hotellsenger i regionen som følge av arrangementet er hele 2400 per døgn. Dette viser at kapasitetet i regionen er sprengt med nesten 1000 senger per døgn. Hvordan dette påvirker verdiskapingen i regionen vil blant annet bli diskutert i kapittel 5.6, men det kan tenkes at dette forringer verdiskapingspotensialet for regionen. I neste delkapittel vil resultatene fra 2014 som nå er presentert bli sammenlignet med resultatet fra 2013.

## 5.5 En sammenligning av resultater fra 2013 og 2014



Figur 3: Verdiskaping i Haugesund regionen som følge av Ironman i 2013 og 2014. Verdiene oppgir total verdiskaping (direkte og indirekte effekt). Tall er oppgitt i millioner NOK.

Figur 3 viser den samme informasjonen som ble presentert i tabell 10, men her er 2013 også tatt med for å kunne se utviklingen fra året før. Tallene fra 2013 er hentet fra analysen som ble gjort av arrangementet det året av NCB i samarbeid med Wen Events, og er blitt gjort tilgjengelig for forfatter i etterkant. Tallene i figur 3 tar hensyn både til direkte og indirekte effekt og den totale verdiskapingen kan leses rett ut av tabellen. Ironman skapte rundt 600 000 NOK mer for regionen i 2014 enn i 2013, og at dette i stor grad skyldtes en økning i verdiskaping fra de besøkende som man ser økte med rundt 1,5 millioner NOK. Samtidig ser en at arrangørens bidrag i 2013 var positivt med like over 600 000 NOK, noe som er markant større enn den marginalt negative verdiskapingen fra 2014. Videre vises det at de besøkende brukte mer penger i regionen i 2014 enn året før, samtidig som forbruket blant deltakerne har blitt noe redusert. I tabell 13, nedenfor, kan man se at dette sannsynligvis skyldes at antall deltakere har gått ned fra 1380 til 1280 fra 2013 til 2014. Det er da viktig å påpeke at antall deltakere ikke er antallet som meldte seg på arrangementet, men antallet som møtte til start.

<b>Nøkkeltall</b>		
	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Antall besøkende/ tilskuere</b>	25 000	25 000
<b>Antall tilknyttede personer</b>	600	750
<b>Antall deltakere</b>	1 380	1 280
<b>Totalt antall personer</b>	26 980	27 030
<b>Antall ikke-lokale norske og utenlandske besøkende til region</b>	8 743	9 936
<b>Antall overnattingsdøgn</b>	21 745	24 895
<b>Antall kommersielle overnattingsdøgn</b>	12 999	14 424
<b>Verdiskaping per besøkende til region (kroner)</b>	1 546	1 422

*Tabell 13: Nøkkeltall for Ironman i 2013 og 2014.*

En interessant kuriositet som kan leses ut ifra tabell 13 er at hver enkelt tilreisende bidro med marginalt mer i verdiskaping i 2013 enn i 2014, med 1 546 NOK mot 1 422 NOK. Når forskjellen kun er like over 100 NOK kan det likevel ikke legges for mye i dette, da det sannsynligvis er mer tilfeldig enn en trend. Det som imidlertid er klart er at resultatene fra 2013 og 2014 er relativt nær hverandre, både i total verdiskaping, men også i antall tilreisende og hvor mye disse bruker i regionen. Om dette skyldes at arrangøren har nådd et tak på antall deltakere og besøkende i den grad at hele potensialet er utnyttet, vil en eventuell økning i verdiskaping måtte komme av økt forbruk fra hver enkelt tilreisende. Her er det mulig for arrangøren å se på eventuelle tilbud og aktiviteter rundt selve hovedarrangementet for å øke pengebruken hos de tilreisende. Om arrangementet skulle ha mulighet til å tiltrekke seg flere tilreisende vil en få et svar på 6.juli 2015 når Ironman blir arrangert i Haugesund for fjerde gang. For arrangøren gjelder det da å snu det negative resultatet på 174 240 NOK i 2014 tilbake til det positive som man ser, av tabell 14, at de hadde i 2013. Den respektive tabellen viser også at arrangøren i 2013 hentet mer av inntektene sine utenfra regionen med 60 prosent mot 47 prosent i 2014, samtidig som en større andel av kostnadene ble brukt innad i regionen i 2014.

<b>Inntekter og kostnader for arrangør i 2014</b>				
	<b>NOK</b>	<b>Andel i region</b>	<b>Andel Norge utenfor region</b>	<b>Andel utenlandske</b>
<b>Inntekter</b>	6 034 000	53 %	13 %	34 %
<b>Kostnader</b>	6 208 240	57 %	4 %	39 %
<b>Resultat</b>	- 174 240	100 %	0 %	0 %
<b>Inntekter og kostnader for arrangør i 2013</b>				
<b>Inntekter</b>	5 934 000	40 %	36 %	24 %
<b>Kostnader</b>	5 120 980	46 %	6 %	48 %
<b>Resultat</b>	813 020	100 %	0 %	0 %

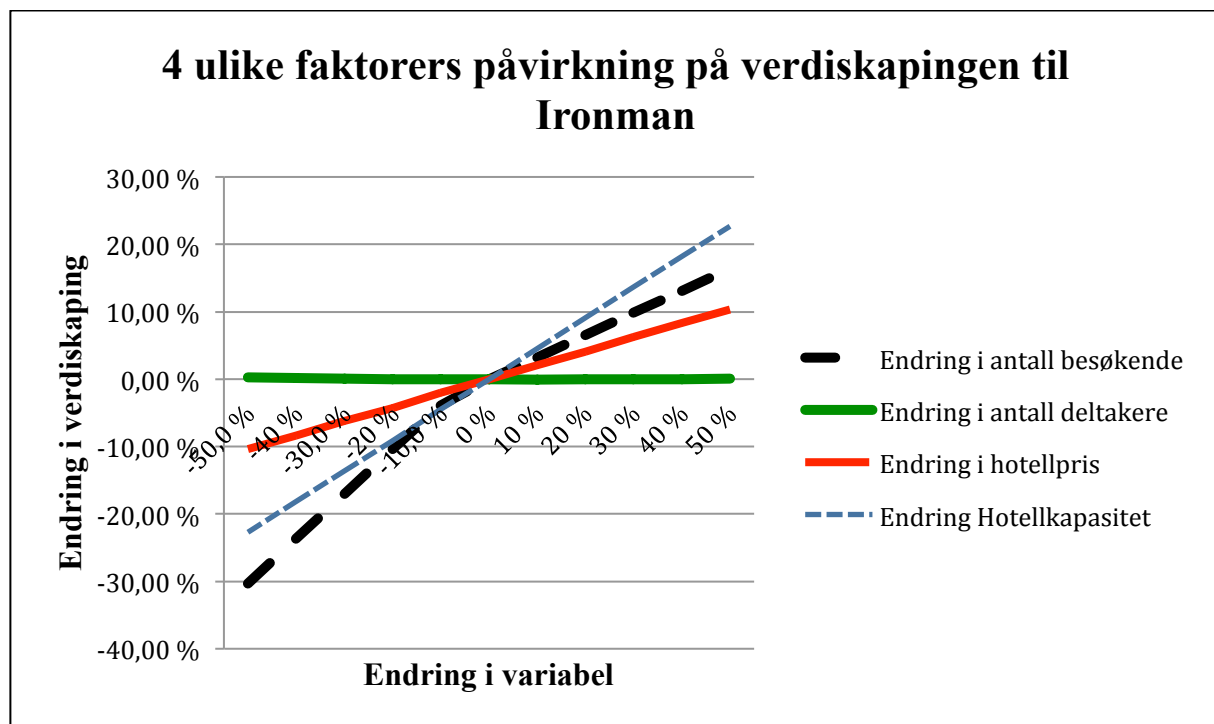
*Tabell 14: Inntekter og kostnader for arrangør, samt fordelingen av disse i forhold til sted, i 2013 og 2014.*

At store deler av kostnadene er av utenlandsk art skyldes, som tidligere nevnt, antageligvis at Ironman er et internasjonalt arrangement med en utenlandsk organisasjon som sitter på rettighetene til arrangementet. Samtidig som mye av prispengene havner hos utenlandske deltakere, da toppen av resultatlistene i stor grad har vært dominert av utenlandske deltakere i samtlige år arrangementet har blitt avholdt (Ironman, 2012; Ironman, 2013; Ironman, 2014).

## **5.6 Sensitivitetsanalyse**

En sensitivitetsanalyse er en analyse hvor man undersøker hvordan resultatvariabelen endrer seg som følge av endringer i forklaringsvariabelen, og er en type analyse som kan være spesielt nyttig i prosjekter eller analyser der det inngår en grad av usikkerhet (Boye, Heskestad & Holm, 2006). I analysen som her er gjort av Ironman 2014 er det flere faktorer som er estimert og som det derfor kan være interessant å inkludere i en sensitivitetsanalyse. I denne analysen vil en undersøke nærmere hvordan seks ulike faktorer påvirker verdiskapingen til Ironman 2014. Dette er andelen besøkende med arrangementet som hovedårsak til reise, antall besøkende, antall deltakere, hotellpriser, hotellkapasiteten og oppholdslengden til de besøkende. Av disse seks variablene er antall deltakere og hotellkapasiteten de eneste som ikke er estimert, de er imidlertid begge av interesse da antall deltakere vil vise hvor stort verdiskapingspotensial som ligger i det å tiltrekke seg flere deltakere, mens endring av hotellkapasiteten vil vise hvor mye den sprengte kapasiteten forringer verdiskapingspotensialet til arrangementet. Endring i antall besøkende er interessant å se på da dette er den desidert største gruppen tilreisende, og man kan dermed forvente at denne variabelen vil ha stor påvirkningskraft på verdiskapingen. Videre vil en se på endring i hotellprisene, da dette er den største posten i døgnforbruket til de tilreisende. Døgnforbruket som er et estimat basert på tall for hele fylker og det dermed er en grad av usikkerhet rundt vil

også bli analysert nærmere. Grunnen til at antall tilknyttede personer er utelatt fra denne sensitivitetsanalysen er at denne gruppen utgjør en svært liten del av det totale antallet tilreisende i utgangspunktet, samt fordi det antas at denne gruppen ikke har like stort vekstpotensiale som de to andre gruppene. De fire variablenes (antall deltakere, antall besøkende, hotellpriser, og hotellkapasitet) påvirkning på verdiskapingen kan sees i figur 4:



Figur 4: Endring i verdiskaping som følge av endring i antall besøkende, antall deltakere, hotellprisen og hotellkapasiteten.

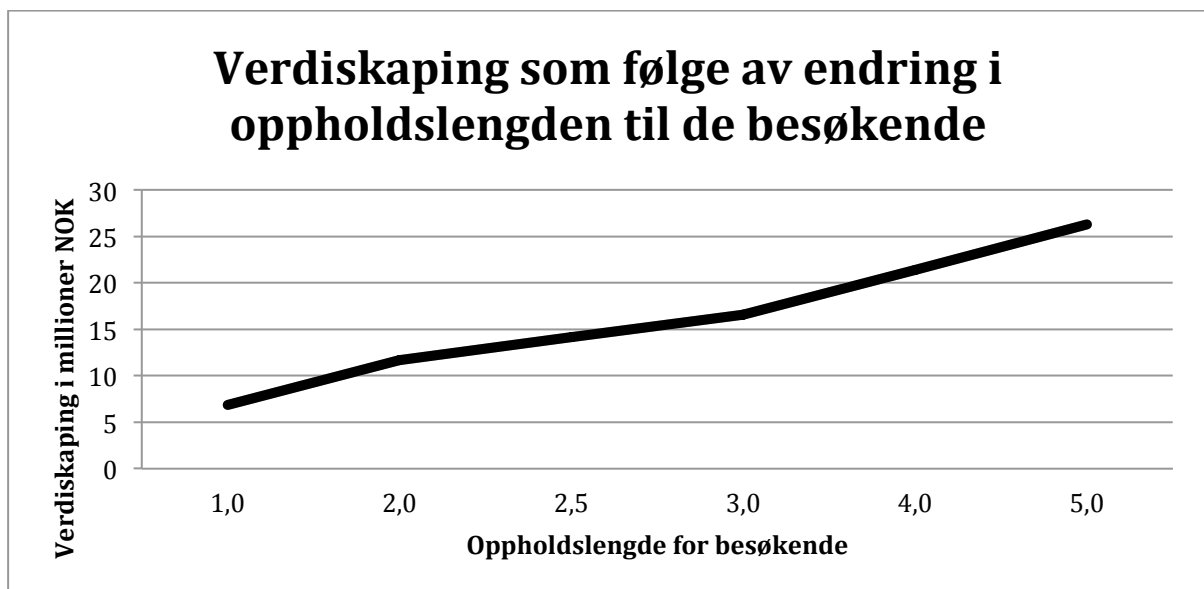
Figur 4 viser hvor mye verdiskapingen endrer seg i prosent som følge av en prosentvis endring i forklaringsvariabelen, der variablene er satt til å variere fra 50 prosent under det faktiske nivået til 50 prosent over. Alle andre variabler har blitt holdt konstant når den aktuelle variabelen har blitt analysert. Utgangspunktet, ingen endring, er satt til verdiene fra analysen som er gjort i foregående kapitler. Noe av det første man legger merke til er hvor liten påvirkning antall deltakere har på verdiskapingen. I motsetning til det som kanskje er naturlig å anta viste resultatene at verdiskapingen gikk marginalt opp, til 14,17 millioner NOK, når en reduserte antall deltakere med 50 prosent. Noe av forklaringen på dette, kan være at overnattingskapasiteten i regionen allerede er nådd ved dagens antall tilreisende og at en eventuell økning i antall deltakere dermed vil fortrenge andre grupper som eventuelt ville brukt mer penger i regionen. Dette vil også forklare hvorfor verdiskapingen øker som følge av en reduksjon i antall deltakere, da dette vil gjøre plass til andre grupper som bruker mer

penger i regionen under oppholdet. Grunnen til dette er at oppholdslengden til deltakerne som bor på hotell er 2 døgn, mens den er henholdsvis 2,5 og 4 døgn for besøkende og tilknyttede personer, noe som gjør at den totale verdiskapingen er størst hos de to sistnevnte gruppene. Om disse da blir fortrent av deltakere som legger igjen mindre penger i regionen vil dette bidra til mindre verdiskaping enn om de tilknyttede og besøkende hadde fått overnattet i regionen. Den samme tendensen forekommer når en endrer antall besøkende, der man ser en klar indikasjon på at den positive nytten av å øke antall besøkende er størst fra minus 50 prosent og frem til rundt minus 10 prosent, der verdiskapingen øker med rundt 7 prosent for en økning i antall besøkende på 10 prosent frem til dette. Etter minus 10 prosent avtar nytten av å øke antall besøkende noe da en økning i antall besøkende på 10 prosent gir en økning i verdiskaping på like over 3 prosent etter dette punktet. Dette kan tyde på at kapasiteten til arrangementet og regionen er i nærheten av full utnyttelse, og at en eventuell videre vekst avhenger av at regionen blant annet øker sin overnattingskapasitet. Figur 4 viser også hvor stort potensial økt hotellkapasitet har for regionen, der man kan se at en økning på 30 prosent til 2418 senger per døgn vil øke verdiskapingen i regionen med nesten 2 millioner NOK (13,66 prosent). Det er viktig å påpeke at en i denne analysen har gradvis justert normalt belegg i perioden slik at denne hele tiden har blitt holdt konstant på 372 senger per døgn ( $1860 \times 0,2$ ). Denne fremgangsmåten er brukt da det forutsettes at en endring i hotellkapasitet ikke vil endre det normale belegget i perioden uten arrangementet da det antas at endret kapasitet ikke vil påvirke besøkstallene til regionen. Til tross for at figur 4 viser at en økning i hotellkapasitet vil ha en relativt stor positiv påvirkning på verdiskapingen fra arrangementet kan det ikke konkluderes at dette er lønnsomt for regionen i det store og hele, da hotellene også må ta hensyn til besøkstallene resten av året.

Den siste variabelen i figur 4 er endring i hotellpriser, noe som man ser har en forventet tilnærmet lineær effekt på verdiskapingen. Tabellen viser at en økning i hotellpris på 10 prosent gir en økning i verdiskapingen på rundt 2 prosent, som betyr at en økning i hotellpriser på rundt 100 NOK vil kunne øke verdiskapingen til regionen med rundt 300 000 NOK. Med tanke på at hele hotellkapasiteten er utnyttet kan det være et potensialet for å øke pengeinnstrømmingen her ved å øke hotellprisene under arrangementet. Samtidig skal man være forsiktig, spesielt overfor utenlandske besøkende, da for høye priser kan skremme dem fra å besøke det som gjerne blir oppfattet som et dyrt land.

En annen faktor som er forventet å ha stor påvirkning på verdiskapingen er oppholdslengden til de tilreisende. Da de besøkende er den største gruppen tilreisende, og

samtidig den gruppen som kanskje har størst potensial for å bli lenger i regionen, er det denne gruppen som blir benyttet i denne analysen. De tilknyttede personene er igjen utelatt fra analysen, da dette er en gruppe personer som er i regionen kun for å dekke eller hjelpe til under arrangementet, og dermed er vanskelig å få til å oppholde seg lenger i regionen. Deltakere er en gruppe som kunne vært med i analysen, men gruppen er allikevel utelatt da denne gruppen hovedsakelig er i regionen for å konkurrere, og ofte har en egen rutine for hvor lenge de ønsker å oppholde seg på konkurransestedet. I tillegg antas det at en analyse av de besøkende vil representere potensialet tilstrekkelig for å holde alle typer tilreisende i regionen lenger. Figur 5 viser da verdiskapingen som følge av at oppholdslengden til de besøkende endrer seg fra 1 til 5 døgn.

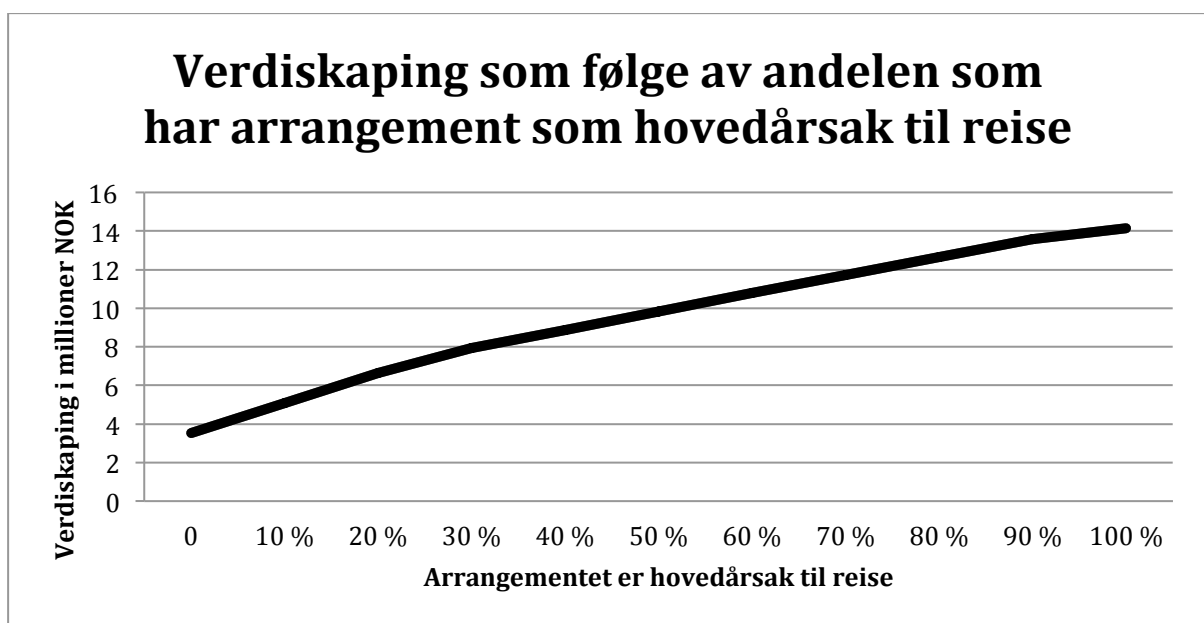


Figur 5: Verdiskaping som følge av at oppholdslengden til de besøkende endres.

Som forventet har oppholdslengden en lineær effekt på verdiskapingen der en økning i oppholdslengde på 1 døgn gir omtrent 4,9 millioner NOK i økt verdiskaping til regionen. Det vil si at om arrangøren og regionen klarer å overbevise de besøkende om å ta en langhelg i regionen med 4 døgn istedenfor dagens 2,5 døgn vil verdiskapingen øke til like under 21,5 millioner NOK, noe som viser hvor stort potensial som ligger i å holde lenger på de besøkende. Det må i denne sammenheng nevnes at svakheten i denne typen analyse er at endringen i oppholdslengde gjelder for samtlige besøkende, og at den dermed ikke tar hensyn til at eventuelle tiltak fra arrangør eller region kan tiltrekke en viss andel av de besøkende, men ikke nødvendigvis alle, til å bli lenger. Effekten av å innføre tiltak som kun får 40

prosent av de besøkende til å oppholde seg i regionen lenger vil dermed være noe mindre enn 4,9 millioner NOK per døgn, som gjelder om samtlige av de besøkende blir ett ekstra døgn.

I analysen av Ironman 2014 (og 2013) ble andelen besøkende med arrangementet som hovedårsak til reise satt til 100 prosent. Dette er blant annet begrunnet med at regionen ikke tiltrekker seg noen særlig grad av turisme på denne tiden, og at det ikke er noen lignende arrangementer på samme tid som kan tiltrekke seg turisme. Til tross for dette kan det tenkes at 100 prosent er noe høyt, og derfor er det gjort en sensitivitetsanalyse for å se hvordan en nedjustering av denne faktoren vil påvirke verdiskapingen.



Figur 6: Verdiskaping som følge av endring i andelen besøkende med arrangementet som hovedårsak til reisen.

Av figuren ovenfor ser man at en økning i andelen med arrangement som hovedårsak til reise har såkalt avtagende grensenytte. Det vil si at hver ekstra person med arrangementet som hovedårsak til reisen gir mindre ekstra verdiskaping jo høyere andelen allerede er. Eksempelvis vil en økning fra 10 til 20 prosent gi en økt verdiskaping på rundt 1,5 millioner NOK, mens en økning fra 90 til 100 prosent gir rundt 0,5 millioner NOK i økt verdiskaping. Om den faktiske andelen skulle være så lav som 80 prosent vil verdiskapingen fortsatt være godt over 12 millioner NOK for regionen. Med tanke på de tidligere nevnte funnene til Greig og McQuaid (2003) samt Daniels og Norman (2003), der begge fant at omtrent 90 prosent av de besøkende hadde arrangementet som hovedformål med reisen, kan det imidlertid antas at tallet for Ironman også vil være relativt høyt.



## 5.7 Ikke-kvantifiserbare fordeler og ulemper av et sportsarrangement

Til nå har analysen omhandlet kvantifiserbare verdier der det er forholdsvis enkelt å beregne effektene arrangementet har på regionen. Et slikt arrangement kan imidlertid også ha andre konsekvenser som er vanskeligere å måle og tallfeste, både positive og negative. Reklameeffekten som oppstår er en av flere tenkelige positive konsekvenser et arrangement kan ha for sin region. Det ble estimert at Ironman 2014 sørget for rundt 10 000 tilreisende personer utenfra regionen iløpet av arrangementet, noe som gir et stort potensial for økt turisme også resten av året. Om de tilreisende trives i regionen er det godt mulig at de velger å besøke regionen flere ganger senere også utenom Ironman, noe som vil gi økt verdiskaping til regionen i tillegg til de 14,13 millioner NOK arrangementet allerede har forårsaket. Det kan også tenkes at de tilreisende vil anbefale Haugesund til venner og familie, og dermed sørge for at disse velger å besøke regionen ved en senere anledning og legge igjen penger. Alt dette vil være å regne for verdiskaping som følge av Ironman 2014, men det er tilnærmet umulig å kvantifisere størrelsen på dette presist nok. At det allikevel ligger en verdi her som ikke blir regnet inn i selve analysen fremstår som sannsynlig da arrangementet, som tidligere nevnt, har fått svært gode tilbakemeldinger fra blant annet deltakerne på gjennomføringen og omgivelsene, og det derfor er naturlig å anta at noen av de tilreisende velger å besøke regionen også ved en senere anledning. Som tidligere nevnt i kapittel 2.2 var dette en faktor som ble medregnet i analysen av to rugbykamper i Skottland av Greig og McQuaid (2003), der de regnet med ”repeat tourism” som en egen post som bidro med rundt 1-2 millioner GBP i verdiskaping.

En annen mulig gevinst som følge av Ironman er helsegevinsten for regionens innbyggere, der bedre helse kan spare kommunen for utgifter over tid. Størrelsen på denne gevinsten er naturligvis vanskelig å måle, og det er i tilfelle noe som bør måles over flere år for å finne en effekt. Helsegevinsten kan hevdes å være tilstede da over 10 prosent av deltakerne i 2014 var lokale, og arrangementet kan tenkes å inspirere flere til å begynne å trene. Eksempelvis har Haugesund triathlonklubb, som ble stiftet i 2012 i kjøvannet av Ironman, vokst seg til å bli Norges største triathlonklubb med over 400 medlemmer (Minge, 2015). Veksten til Haugesund triathlonklubb er et godt eksempel på hvordan et sportsarrangement som Ironman kan være en inspirasjon og pådriver for personer til å starte med trening samt melde seg på konkurranser. Dette kan også føre til en ringvirkningseffekt ved at interessen og etterspørselen etter slike sportsarrangement kan bli så høy at det åpner for oppstart av andre arrangementer i regionen som igjen vil tiltrekke seg besøkende. Denne

”gode sirkelen” der et arrangement kan øke interessen for noe som igjen åpner for flere typer arrangement kan være noe av grunnen til det store tilbudet av sportsarrangementer man kan finne bare i Rogaland i 2015 (Kondis, 2015). Det er flere faktorer som tyder på at Ironman kan ha positive effekter for regionen, i tillegg til det en kom frem til i kapittel 5.4, men da dette er vanskelig å kvantifisere vil det å inkludere disse faktorene kun bidra til økt usikkerhet rundt resultatet.

Blant negative effekter kan det nevnes at denne analysen ikke tar hensyn til alternativ ressursbruk. Det vil, blant annet, si at de alternative verdiene som kunne blitt skapt av pengene som blir brukt på Ironman ikke hensyntas i denne analysen. Pengene som blir brukt til å finansiere arrangementet kunne istedenfor blitt brukt på andre måter som potensielt kunne skapt mer verdi for regionen. Om det er slik at Ironman fortrenger andre muligheter som kunne ha skapt mer verdi for regionen vil arrangementet i realiteten skape negative verdier for regionen. Dette er imidlertid krevende å måle da mengden alternativer til Ironman er udefinerbar samt at man må analysere og estimere det antatt beste alternativet for å finne verdiskapingspotensialet ved alternativ bruk av pengestøtten.

Selv om disse faktorene som er blitt nevnt ovenfor kan ha betydning for verdiskapingen fra et arrangement, kan det forsvares å utelate de fra selve analysen. Årsaken er at det er for krevende og, ikke minst, for lite nøyaktig til å kvantifiseres i analysen. Det er allikevel verdt å diskutere for å øke oppmerksomheten rundt andre typer ringvirkninger et slikt arrangement kan ha, utenom det som er nevnt i selve analysen. Dersom man kun fokuserer på kvantifiserbare verdier kan man overse andre viktige konsekvenser av et arrangement.

## KAPITTEL 6 – DRØFTING

Denne oppgaven har som mål å gi leseren et innblikk i hvordan man utfører en økonomisk ringvirkningsanalyse, hovedsakelig rettet mot sportsarrangement, og deretter beregne verdiskapingen fra Ironman 2014. Med førstnevnte som utgangspunkt er arbeidet til John L. Crompton, presentert i kapittel 3, til god hjelp for å identifisere de faktorene som trengs når man skal utføre en slik analyse. Det ble klart at i en økonomisk ringvirkningsanalyse er formålet å se på regionen som en liten åpen økonomi der målet er å finne ut hvor mye penger som forsvinner ut av regionen (økonomien) og hvor mye som kommer inn utenfra, som en konsekvens av det arrangementet som blir undersøkt. For å utføre en slik analyse må man først definere området og arrangementet som undersøkes for deretter å finne ut hvor mange tilreisende arrangementet forårsaker til regionen, samt beregne forbruket deres under oppholdet. Samtidig må en se på forbruket og inntektene til arrangøren da dette også bidrar til verdiskaping, eller negativ verdiskaping som var tilfellet for Ironman 2014.

Noen usikkerhetsmomenter i en slik analyse er blant annet å definere hvilke besøkende som er i regionen som følge av arrangementet, og hvilke som er i regionen av andre grunner, men som allikevel drar innom arrangementet. Dette er en problemstilling som ofte kan være mer fremtredende i større byer der tilbudene og attraksjonene for potensielle tilreisende er flere, og det dermed kan være vanskeligere å fastslå årsaken til at de besøker destinasjonen. En annen faktor som er med på å skape usikkerhet i en slik analyse er multiplikatoren, som avgjør hvor store ringvirkninger initiell pengebruk skaper for økonomien. Utarbeidelse av korrekte multiplikatorer er en omfattende prosess og ingen eksakt vitenskap da det er så mange ulike faktorer som må tas med i beregningen. For denne oppgaven ble det brukt en arrangementskalkulator utarbeidet av PWC, der multiplikatoreffektene ble regnet ut i kalkulatoren. Multiplikatorene som i kalkulatoren er beregnet på fylkesnivå tar, som tidligere nevnt, ikke hensyn til forskjeller blant mindre tettsteder og store byer innad i fylke. Med tanke på at Haugesund er en mindre by kan det tenkes at multiplikatorene har overvurdert den indirekte verdiskapingen i denne analysen.

For Ironman 2014 er det estimert at arrangementet skapte 14,13 millioner NOK for sin region, noe som var en oppgang på rundt 600 000 NOK fra året før. Tallene er basert på en blanding av sikre tall og estimer, og resultatet bør derfor sees på som et estimat og ikke en fasit. Blant annet er døgnforbruket til de tilreisende et estimat som er basert på beregninger som er gjort på nasjonalt nivå (Farstad & Dybedal, 2010; Farstad & Rideng, 2008), og tar dermed ikke hensyn til eventuelle regionsforskjeller. Samtidig var utgangspunktet for

oppgaven å undersøke hva regionen fikk igjen for arrangementet i forhold til hva regionen, i dette tilfellet Haugesund kommune, bevilget til arrangementet. Når man vet at den direkte økonomiske støtten har vært i en størrelsesorden på 500 000 NOK (Flateby, 2014), gir likevel det estimerte resultatet på 14,13 millioner NOK en klar indikasjon på at dette arrangementet sørger for økt pengeinnstrømning til regionen, selv med noe usikkerhet rundt resultatet. Om det ønskes mer nøyaktige tall over døgnforbruket til de tilreisende anbefales det å utarbeide en spørreundersøkelse som deles ut til deltakere og tilskuere på arrangementet slik at man kan beregne et gjennomsnittsförbruk basert på svarene fra spørreundersøkelsen.

Tatt i betraktning størrelsen på verdiskapingen, medieomtalen arrangementet har fått, og den økte entusiasmen rundt triatlon generelt, jamfør de økte medlemstallene til Haugesund triathlonklubb, virker det klart at Ironman er noe kommunen bør støtte så langt det er mulig. Til tross for at arrangøren bidro til en marginal negativ verdiskaping for regionen i 2014 bør det anerkjennes at 57 prosent av kostnadene i 2014 gikk til lokale aktører, noe som var en oppgang på 11 prosentpoeng fra året før.

Sensitivitetsanalysene viste at verdiskapingen økte når en reduserte antall deltakere, noe som kan virke overraskende ved første øyekast. Dette kan muligens forklares ved at sengekapasiteten hos hotellene i regionen er fullt utnyttet under arrangementet og at en sammensetning av færre deltakere, flere besøkende og flere tilknyttede personer vil bidra til mer verdiskaping. Dette fordi besøkende og tilknyttede personer oppholder seg lenger i regionen under arrangementet, og dermed legger igjen mer penger enn om de må overnatte utenfor regionen på grunn av fulle hoteller. I samme analyse så man verdiskapingspotensialet av å øke hotellkapasiteten, hvor en økning på 30 prosent gav en økning i verdiskaping på nesten 15 prosent. Det kan imidlertid diskuteres om hotellkapasiteten er satt riktig i modellen da det virker noe merkelig at arrangementet fører til en etterspørsel som er omtrent 1000 senger over kapasiteten til regionen. En forklaring kan være at det her ikke er tatt hensyn til hoteller som ligger i nabokommunene til Haugesund, som er definert med i Haugesundregionen, blant annet Tysvær-, Karmøy- og Sveio kommune. Hvis dette er tilfellet bør antallet som bor på hotell nedjusteres i forhold til de tre andre overnattingskategoriene.

Videre så man at selv om ingen av de 25 000 besøkende var i regionen på grunn av arrangementet ville Ironman 2014 likevel ha generert over 3,5 millioner NOK til regionen, noe som underbygger at arrangementet er lønnsomt for Haugesundregionen. Til tross for en kanskje noe optimistisk vurdering om at samtlige av de besøkende utenfra regionen var i regionen på grunn av arrangementet, indikerer likevel det meste på at Ironman skapte

betydelige verdier for sin region i 2014. Samtidig er det grunn til å anta at estimatet på 100 prosent ikke er veldig fjernt fra virkeligheten, jamfør de tidligere nevnte studiene av Greig og McQuaid (2003) samt Daniels og Normann (2003) som begge fant at rundt 90 prosent av de besøkende var i regionen på grunn av arrangementet.

Når en vurderer hva Ironman skaper for sin regionen må man også se på faktorer som ikke er tatt med i selve analysen. En av de potensielle negative faktorene som bør nevnes er at denne analysen ikke tar hensyn til alternativ ressursbruk. Det kan være en mulighet for at pengene som har blitt brukt på Ironman i stedet kunne blitt brukt til andre formål som ville skapt større verdier for regionen, og at Ironman fungerer som en hindring for dette. Positive faktorer kan være forbedret helse hos lokalbefolkningen og reklameeffekten. Med rundt 10 000 tilreisende iløpet av en helg, derav like under 3000 utenlandske, kan det antas at Ironman ikke bare sørger for verdiskaping under arrangementshelgen, men også økt besøk i fremtiden. Samtidig har Haugesund triathlonklubb vokst til å bli Norges største triatlonklubb i løpet av de siste årene, noe som kan sees i sammenheng med Ironman. Dette kan være en indikasjon på at Ironman har bidratt til å øke treningslysten hos lokalbefolkningen og dermed forbedret folkehelsen, noe som igjen kan føre til mindre helseutgifter for kommunen samtidig som friskere personer kan tenkes å være mer produktive. En siste potensiell positiv faktor er at økt treningslyst gir økt etterspørsel etter andre typer sportsarrangement, som igjen kan skape verdi for regionen. Med bakgrunn i disse argumentene kan det tenkes at Ironman forårsaker en rekke ikke-kvantifiserbare faktorer som bidrar til at den faktiske verdiskapingen for regionen avviker fra de estimerte 14,13 millioner NOK for 2014.

## KAPITTEL 7 – KONKLUSJON

Utgangspunktet for denne oppgaven var to problemstillinger, der svaret på den første var nødvendig for å kunne besvare problemstilling nummer to. De to problemstillingene var:

*(1) Hvordan estimerer man verdiskapingen et arrangement skaper for sin regionale økonomi?*

*(2) Hvor mye verdi skapte Ironman 2014 for Haugesundregionen?*

Angående den første problemstillingen finnes det ulike innfallsvinkler på fremgangsmåten, men en generell hovedlinje kan allikevel trekkes. For å estimere verdiskapingen fra de tilreisende kan følgende formel oppsummere hvilken informasjon man trenger fra de besøkende:

$$Y = N \times (\alpha \times D) \times M$$

Der N representerer antall besøkende,  $\alpha$  representerer gjennomsnittlig forbruk per døgn, per person, mens D representerer gjennomsnittlig oppholdslengde til de tilreisende og M står for multiplikatoren. Besøkende er i dette tilfellet personer som kommer utenfra den aktuelle regionen, og som er i regionen med det aktuelle arrangementet som hovedformål. I tillegg til faktorene i formelen over, er det også viktig å definere området man ønsker å undersøke nøyaktig slik at det blant annet blir lettere å definere hvem som kvalifiserer som besøkende og ikke. I tillegg til å estimere verdiskapingen fra de tilreisende må man også ta med arrangørens kjøp av varer og tjenester, samt klassifiseringen av disse, da også dette vil påvirke verdiskapingen da det er med på å flytte penger ut av og inn til regionen.

For den andre problemstillingen, hvor mye verdi Ironman 2014 skapte for Haugesundregionen, fant en at arrangementet skapte 14,13 millioner NOK til regionen, noe som var en oppgang på rundt 600 000 NOK fra året før. Verdiene ble i all hovedsak skap av de tilreisende, da arrangøren bidro til en marginalt negativ verdiskaping. Det ble estimert at hver tilreisende i gjennomsnitt bidro til 1422 NOK i verdiskaping for regionen, og det kom frem at den største pådriveren for dette var overnatting.

## REFERANSELISTE

- Andersen, C., Brunstad, R. J., Hagen, K. P., Heum, P., & Pedersen, K. R. (2008). *Samfunnsøkonomisk analyse av et vinter-OL i Tromsø i 2018* (SNF-rapport 34/2008). Hentet fra <http://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/165017>.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnel, I. (2011). *Events Management*. New York: Routledge.
- Boye, K., Heskestad, T., & Holm, E. (2006). *Kostnads- og inntektsanalyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Burgan, B., & Mules, T. (1992). Economic Impact of Sporting Events. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 700-710.
- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 1995 (9), 14-35.
- Crompton, J. L. (1999). *Measuring the Economic Impact of Visitors to Sports Tournaments and Special Events*. Hentet fra [http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/7\\_11.pdf](http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/7_11.pdf).
- Crompton, J. L. (2010). *Measuring the Economic Impact of Park and Recreation Services*. Hentet fra [http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/Crompton\\_Economic\\_Impact\\_1.pdf](http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/Crompton_Economic_Impact_1.pdf).
- Crompton, J. L., Lee, S., & Shuster, T. J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.
- Daniels, M. J., & Norman, W. C. (2003). Estimating the Economic Impacts of Seven Regular Sport Tourism Events. *Journal of Sport Tourism*, 8(4), 214-222.
- Daniels, M. J., Norman, W. C., & Henry, M. S. (2004). Estimating Income Effects of a Sport Tourism Event. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 180-199.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359.

- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2006). Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach. *Journal of Travel Research*, 45(1), 59-66.
- Farstad, E., & Dybedal, P. (2010). *Nasjonal ferie- og forbruksundersøkelse vinteren 2009* (TØI rapport 1119/2010). Hentet fra <https://www.toi.no/getfile.php/Publikasjoner/TØI%20rapporter/2010/1119-2010/1119-sammendrag.pdf>
- Farstad, E., & Rideng, A. (2008). *Utenlandske turisters forbruk i Norge 2007* (TØI rapport 941/2008). Hentet fra <https://www.toi.no/getfile.php/publikasjoner/tØi%20rapporter/2008/941-2008/941-hele%20%20rapporten%20elektronisk-ny.pdf>.
- Flateby, T. (2014, 25.11.). Ingen Ironman i Haugesund i 2016. *Haugesunds Avis*. Hentet fra <http://www.h-avis.no/sport/ingen-ironman-i-haugesund-i-2016-1.8665686>.
- Gelan, A. (2003). Local economic impacts: The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 406-425. doi: 10.1016/S0160-7383(02)00098-1
- Greig, M. S., & McQuaid, R. W. (2003). The Economic Impact of a Sporting Event: A Regional Approach. *ERSA conference papers*, ersa03p170. European Regional Science Association. Hentet fra <https://ideas.repec.org/p/wiw/wiwr/ersa03p170.html>.
- Grunwell, S., Ha, I., & Swanger, S. L. (2011). Evaluating the Economic and Fiscal Impact of an International Cultural Heritage Festival on a Regional Economy: Folkmoot USA. *Tourism, Culture & Communication*, 11(2), 117-130.
- Hole, Svein-Erik. (2012, 08.11.). Se den olympiske byggeplassen. *Teknisk Ukeblad*. Hentet fra <http://www.tu.no/bygg/2012/11/08/se-den-olympiske-byggeplassen>
- Innovasjon Norge. (2011). *Hvitebok for arrangementsturisme*. Hentet 30. 04. 2015, fra [http://www.innovasjon norge.no/Documents/old/PageFiles/27145/Hvitebok%20for%200arrangementsturisme\\_web.pdf](http://www.innovasjon norge.no/Documents/old/PageFiles/27145/Hvitebok%20for%200arrangementsturisme_web.pdf)



- Ironman. (2012). *07/8/2012 Results: Norway*. Hentet 07. 05. 2015, fra <http://www.ironman.com/triathlon/events/emea/ironman-70.3/haugesund/results.aspx?rd=20120708#axzz3ZSyrhGc2>
- Ironman. (2013). *07/7/2013 Results: Norway*. Hentet 07. 05. 2015, fra <http://www.ironman.com/triathlon/events/emea/ironman-70.3/haugesund/results.aspx?rd=20130707#axzz3ZSyrhGc2>
- Ironman. (2014). *07/6/2014 Results: Norway*. Hentet 07. 05. 2015, fra <http://www.ironman.com/triathlon/events/emea/ironman-70.3/haugesund/results.aspx?rd=20140706#axzz3ZSyrhGc2>
- Kondis. (2015). *Terminlista*. Hentet 27. 04. 2015, fra <http://db.kondis.no/?sessid=&bruker=&tilgang=&vfylke=Rogaland&a9multiselect-options-vfylke=Rogaland&vkommune=0&arrangement=&fradato=01.01.2015&tildato=31.12.2015&fdistanse=&vlisen=&maxps=100&sok=Klikk+her+for+a+søke>
- Kristiansen, G. (2014, 11.09.). Skrytes opp i skyene. *Haugesund Avis*. Hentet fra <http://www.h-avis.no/sport/skrytes-opp-i-skyene-1.8579726>
- Kurtzman, J. (2005). Economic impact: sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71.
- Li, S., Blake, A., & Thomas, R. (2013). Modelling the Economic Impact of Sports Events: The Case of the Beijing Olympics. *Economic Modelling*, 30, 235-244.
- Lånkan, B. Kjersti. (2014, 30.09.). Hele Norge løper. *Dagsavisen*. Hentet fra <http://www.dagsavisen.no/innenriks/hele-norge-løper-1.287840>
- Minge, A. (2015, 25.03.). Perfekt for mosjonister. *Aftenbladet*. Hentet fra <http://www.aftenbladet.no/sport/sprek/--Perfekt-for-mosjonister-3663040.html>
- Nærland, Ø. E. (2015, 13. 01.). Penedryss over alle som markerer Sandnes. *Aftenbladet*. Hentet fra <http://www.aftenbladet.no/nyheter/lokalt/sandnes/Penedryss-over-alle-som-markerer-Sandnes-3607586.html>
- PricewaterhouseCoopers. (2011). Beregningsmodell for lokaløkonomiske effekter av kultur-

og idrettsarrangementer. *Internt dokument som fungerer som en veileder til arrangementskalkulatoren*. 1-14.

Steigum, E. (2011). *Moderne makroøkonomi*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Taks, M., Kesenne, S., Chalip, L., & Green, C. B. (2011). Economic Impact Analysis Versus Cost Benefit Analysis: The Case of a Medium-Sized Sport Event. *International Journal of Sport Finance*, 6(3), 187-203.

Total triathlon. (2014). *Triathlon distances*. Hentet 19.02.2015 fra <http://totaltriathlon.com/triathlon-distances>.

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. Doi: 10.1177/004728750104000112

Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, 11(1), 57-70.