



DALARNA
UNIVERSITY

**Working papers in transport, tourism, information technology and microdata
analysis**

Svenska Skidspelen 2012 - Förstudie kring ekonomisk effekt- och konsumtionsmätning inför Skid-VM i Falun 2015

**Tobias Heldt
Mattias Olofsson**

Nr: 2012:11

Editor: Hasan Fleyeh

Working papers in transport, tourism, information technology and microdata analysis
ISSN: 1650-5581
© Authors

Svenska Skidspelen 2012

Förstudie kring ekonomisk effekt- och konsumtionsmätning inför Skid-VM i Falun 2015

Abstract

Denna rapport ska ses som en förstudie kring metoder för insamling av information över besökarna vid Svenska Skidspelen samt för att uppskatta Skidspelens ekonomiska betydelse. Resultaten baseras på insamlat material via enkäter till besökare till Skidspelen 2012. Totalt 404 svar i enkätform från besökare inom området samt från bil och bussåkande besökare har använts i analysen. Därutöver intervjuades 718 besökare vid entrén om ålder, bostadsort, vistelselängd samt färdmedel till evenemanget.

Rapporten innehåller uppskattningar av Skidspelens ekonomiska betydelse med hjälp av flera typer av modeller; turism-, boende- samt ålderssegmenteringsmodell. Resultat från studien visar att engångskostnader för boende, resor och biljett kunde uppskattas relativt bra, medan konsumtion under dagen inte fångades tillräckligt bra i någon modell. Resultaten från studien visar också att en försiktig uppskattning av Skidspelens ekonomiska betydelse mätt som direkt konsumtion kan sägas ligga mellan 14 - 18 miljoner kr för år 2012.

För att få ett mer korrekt resultat vid eventuella vidare studier eller vid studier av Skid-VM 2015 i Falun så bör en samhällsekonomisk välfärds analys göras för att inkludera samtliga effekter. Beräkningen av Skidspelens ekonomiska effekt skulle kunna göras mer precis genom att tillfråga ett större urval av besökare samt utveckla insamlingen av data över besökarnas totala konsumtion kopplat till besöket vid Svenska Skidspelen.

Key words:

Svenska Skidspelen, turistekonomiska effekter, konsumtionsmätning.

Innehållsförteckning

Förord	4
1. Inledning	5
2. Bakgrund	5
2.1 Ekonomiska effekter av evenemang	5
2.2 Estimering av besökarkonsumtion genom segmentering	7
3. Datainsamlingsmetod	8
3.1 Enkätens utformning	10
3.2 Effekter av incitament att delta i studien	11
3.3 Jämförelse mellan intervju- och enkätdata	11
4. Svenska Skidspelen 2012 – en kort bakgrund	13
4.1 Vilka besökte Skidspelen 2012?	13
4.2 Var kommer besökarna ifrån?	14
4.3 Varför besöker man Skidspelen?	15
4.4 Hur reser man till Skidspelen?	15
4.5 Var bor man under Skidspelen?	16
4.6 Hur länge pågår besöket?	17
4.7 Hur många gånger har man besökt Skidspelen tidigare?	17
5. Metod och uppskattning av konsumtion	19
5.1 Konsumtionseffekt från turister och andra besökare	21
5.2 Boendeselementerad konsumtion	22
5.3 Ålderssegmenterad konsumtion	25
5.4 Jämförelse emellan segmenteringsmodellerna	27
5.5 Konsumtionsskillnader mellan första- och fjärdegångsbesökare	27
5.6 Eventuella felkällor	29
6. Resultat och diskussion	30
Källförteckning	32
Bilaga 1. Enkät	33

Förord

Föreliggande rapport är resultatet av ett samarbetsprojekt mellan Högskolan Dalarna, och Svenska Skidspele n i syfte att ge en bild av den direkta ekonomiska effekt som Svenska Skidspele n har för regionen. Författarna tackar projekt fokus InnoWent vid Högskolan Dalarna för finansiering av arbetet inom projektet. Vi tackar särskilt Fredrik Hedin och David Eriksson för värdefulla insatser i samband med datainsamling under evenemanget, Hanna Randell för stansning av data samt Bo Larsson, Patrik Arousell, Muhammad Akram, Niclas Johansson, Kristoffer Asplund för genomförande av datainsamling.

1. Inledning

Svenska Skidspelen kallas den skidtävling som sedan 1959 har hållits i Falun. Sedan världscupen startade har även en världscup tävling hållits där varje år. Evenemanget beskrivs som något av en folkfest där tusentals människor samlas och tittar på skidor av världsklass (Svenska Skidspelen.se). 2012 genomfördes Svenska Skidspelen mellan 14-18 mars. Arrangemanget inleddes den 14 mars med slottssprinten i Stockholm, fortsatte den 15:e mars med invigning av Skidspelen i Falun för att under den 16 – 18 mars genomföra längdskidtävlingar på Lugnet i Falun. Nämnas bör också att Svenska Skidspelen även omfattade ett barnens skidspel som genomförde den 11 mars vilket var en tävling för barn där alla välkomnades att delta i syfte att främja barnens engagemang och det allmänna friluftslivet.

Den här studien koncentrerar sig i huvudsak på de delar av Skidspelen som genomfördes i Falun 15-18 mars. Syftet är att beskriva vilka ekonomiska effekter Skidspelen medför till Faluregionen samt att analysera storleken på denna effekt. Underlaget för analysen består dels av en enkätundersökning där 404 besökare besvarat frågor om sitt konsumtionsmönster i samband besöket på Skidspelen. Dels en intervjuundersökning vid huvudentrén där ett slumpmässigt urval om 718 av besökarna tillfrågades om ålder, kön, boendeort, antal övernattningar samt färdmedel till Skidspelen.

Denna rapport börjar med en kort beskrivning av vilka typer av effekter ett evenemang som Skidspelen kan förväntas ha samt den metod som använts för att uppskatta ekonomiska effekter. Därefter redovisas datamaterialet över vilka besökarna av Skidspelen är enligt de data vi har samlat in. Avslutningsvis redovisas en grov uppskattning av besökarnas konsumtion i samband med Svenska Skidspelen 2012.

2. Bakgrund

2.1 Ekonomiska effekter av evenemang

Vikten av att kunna påvisa vilka effekter ett evenemang har för det omgivande samhället har ökat under senaste decennierna. Effekter på samhället från evenemang kan delas in i tre delar ekonomiska, sociala och miljömässiga. Ekonomiska effekter är exempelvis ökad inkomst, fler arbeten och skatteintäkter men även negativa som prishöjningar och ökat omvärldsberoende. Sociala effekter kan vara både positiva; stärkandet av regionala värderingar och traditioner,

nätverksbyggande, och negativa; exempelvis ökad kriminalitet. Av de fysiska och miljömässiga effekter som uppstår finns negativa som är t.ex. trängsel, buller, föroreningar och positiva som t.ex. ökat miljömedvetande samt bevarande av kulturarv (Hall 1992, Getz 2005).

De ekonomiska effekterna är som störst i turistverksamhet så som hotell och restaurang branschen. I en studie av skidskytte-VM 2008 konstaterar Pettersson & Gunnervall (2008) att alla branscher i regionen påverkades av skidskytte-VM men i olika utsträckning. Störst effekt gav det i hotell/logi branschen. Pettersson & Gunnervall intervjuade personer från alla branscher och endast 2 % var negativt inställda till framtida evenemang av samma storlek. Detta skulle kunna vara ett tecken på att nyttan av evenemanget var större än kostnaderna. Även om inte alla branscher upplevde ekonomisk nytta så kan de fått nyttor i form av nya kontakter. (Pettersson & Gunnervall, 2008)

De ekonomiska effekterna delas ofta upp i direkta effekter och indirekta effekter. Direkta effekter är ekonomisk aktivitet som är direkt kopplad till ett evenemang, i detta fall Skidspelen. Det skulle kunna vara att byggandet av en ny läktare för Skidspelen ger ekonomiska effekter i form av t.ex. lön för arbetare. Direkta ekonomiska effekter kan enkelt förklaras som ekonomisk aktivitet skapad på området för ett evenemang eller vid skapandet av ett evenemangsområde. Indirekt ekonomisk aktivitet kan vara något så trivialt som att en besökare av Skidspelen köper en korv på det lokala gatuköket. Gatuköket får då ekonomiska intäkter som utan evenemanget i frågade aldrig hade uppkommit. Indirekt ekonomiska effekter är alltså effekter som inte hade uppkommit om inte evenemanget funnits men som sker utanför evenemanget i sig. (Getz 2005)

De ekonomiska effekterna innefattar också så kallade multiplikatoreffekter. Tanken är att ny ekonomisk aktivitet ger upphov till att pengarna byter händer ett antal gånger. Ett exempel är att gatuköks ägare i förra exemplet betalar lön till sin medarbetare, medarbetaren betalar i sin tur skatt, mat, hyra osv. Multiplikatoreffekter finns ifall den nya ekonomiska aktiviteten gör att pengarna används flera gånger om. Hur stor multiplikatoreffekten är beror på vilket läckage av pengar det finns inom regionen (ex. vis genom att försäljare inom området har sin hemvist utanför regionen). Ifall de pengar som tillförts regionen via evenemanget snabbt rör sig ur regionen får man ett lägre multiplikatorvärde. Både läckagets storlek och

multiplikatorns värde behöver uppskattas på ett korrekt sätt för att med säkerhet kunna uppskatta Svenska Skidspelens totala ekonomiska effekt för Falukommun med omnejd.

Samhällsekonomisk välfärdsanalys nämns ofta som ett bra verktyg för att uppskatta det totala värdet av ett evenemang (se Heldt och Nerhagen 2007, för vidare exempel). En sådan innebär att alla kostnader och nyttor identifieras för att därefter tillskrivas ett monetärt värde som innebär att kostnader och nyttor kan jämföras med varandra på en enhetlig skala. Enkelt förklarar så skulle man uppskatta alla kostnader, så som buller, ökad kriminalitet, alkoholkonsumtion och direkta evenemangskostnader så som hyra av anläggningar lön osv. Vi ser det som ett naturligt steg att i framtiden genomföra en komplett samhällsekonomisk analys av ett framtida Skid-VM i Falun.

2.2 Estimering av besökarkonsumtion genom segmentering

För att uppskatta den ekonomiska effekten av Skidspelen har en metod som bygger på uppdelning av besökare i olika kategorier (segment) använts. Metoden innebär att ett genomsnitt av besökarnas konsumtion inom varje segment först räknas fram. Sedan beräkna andelarna (vikterna) av de olika segmenten inom den totala besökarpopulationen. Detta skiljer sig mot den förenklade metod som ofta används vid evenemangseffektstudier och som innebär att endast genomsnittlig konsumtion för samtliga besökare multipliceras med antalet besökare. Estimering med segmentering har flera fördelar jämfört med den förenklade metoden. För det första minskar risken för statistiskt snedställda resultat som ett resultat av att olika grupper har olika svarsfrekvens. För det andra så ger metoden lägre varians inom varje delsegment så att det sammanvägda resultatintervallet totalt sett blir mindre. För att segmenteringsmetoden ska kunna användas behövs dock två olika resultat fås av undersökningen. Dels behöver man få information hur stora utgifter varje segment har i genomsnitt, det krävs också information om hur stora segmenten av besökare är. (Sun mfl., 2010)

För att minska osäkerheten i uppskattningen av den ekonomiska effekt som Svenska Skidspelen bidrar till använder vi oss i denna studie av segmentering i olika besökarkategorier enligt beskrivningen ovan. Totalt tre olika varianter av segmentering används. Dessa är: turister jämfört med icke-turister, typ av boende samt ålder. I samtliga fall används Intervjuundersökningen för att uppskatta hur stora segmenten är. Enkätundersökningen samlar in uppgifter om besökarnas konsumtion samt vilken typ av segment besökarna tillhör.

Resultaten från de båda insamlingssätten används därefter tillsammans för att uppskatta den ekonomiska effekten av Skidspeleln.

3. Datainsamlingsmetod

Insamlingen av data har skett via två metoder, dels en pappersenkät som delas ut på utvalda platser inom området samt på parkeringsplatserna, dels en kort intervju vid entrén (för fullständig enkät se bilaga 1). *Intervjustudien* bestod av att frågor som snabbt kunde besvaras av besökarna. Den utfördes vid huvudentrén, och datainsamlarna tillfrågade var femte person som passerade in via den stora huvudentrén. Frågorna bestod av ålder, bostadsort, kön, hur de tog sig till tävlingarna, vilka dagar de besökte tävlingar samt hur de övernattade under tävlingarna. När besökaren inte ville medverka i studien antecknades endast könet för att kunna beräkna svarsfrekvensen. 146 besökare valde att inte medverka i intervjuundersökningen vilket gav en svarsfrekvens på 83 procent. Tanken var att försöka få representativ bild av populationen som besökte Skidspeleln utan att störa varken arrangörer eller besökares upplevelse. Denna bild av besökaren användes sedan som uppskattning av de olika besökarsegmentens storlek.

Vid *enkätstudien* inom Skidspelelns område användes en stratifieringsstrategi med syfte att få svar från alla typer av besökarsegment. Enkäten delades ut på tre olika sätt. För det första tillfrågades personer på skidspelelnsområdet ifall de ville medverka i studien. Totalt samlades 193 enkäter in genom denna metod.

För det andra placerades enkäter med tillhörande svarskuvert på var fjärde bil som stod parkerad på lugnet området under lördagen och söndagen. Totalt placerades 400 enkäter ut på bilar med uppmaningen att svara och skicka in via det bifogade färdigfrankerade svarskuvertet. Hälften av enkäterna hade ett incitament i form av en souvenirnål från Skidspeleln fastsatt på enkäten. Vi var intresserade av att undersöka effekten av detta på svarsfrekvensen. Fyra veckor efter Skidspeleln hade 171 ifyllda enkäter inkommit.

För det tredje delades 90 enkäter ut på ett urval av de gratisbussar som Skidspeleln anordnar att gå från Lugnet till Falu centrum efter tävlingarnas slut. Även här bifogades ett svarskuvert och personerna uppmanades att svara och skicka in sina svar. Totalt inkom 35 svar från bussresenärerna.

Tanken med de i huvudsak två olika sätten att samla in enkäter (inne på området samt utanför området, parkering och buss) var att undersöka vilken metod som fungerade bäst. Tidigare erfarenheter från enkätstudier som genomförts på plats vid ett evenemang visar att det är viktigt att välja ut platser där besökaren har både tid och finner det bekvämt att svara på enkäten. Fördelen med undersökningar på plats är att det skapas en personlig relation mellan enkätutdelare och respondent vilket ökar villigheten att svara på enkäten. Heldt och Olofsson (2011) erhöll en svarsfrekvens på över 95 procent i samband med studien av Peace & Love festivalen 2011, tack vare att platser hade valts ut med omsorg.

Inför planerandet av studiens datainsamling funderade vi mycket kring just faktorerna tid och bekvämlighet för att finna tidpunkter och platser för enkätutdelning. Skidspelen är ett evenemang där besökarna rör sig mycket inom området och pausen mellan grenarna är inte mer än en knapp timme. Då huvudsyftet med enkätutdelningen var att samla in data över besökarnas konsumtion under dagen kunder vi inte heller börja utdelningen för tidigt. Vi valde att genomföra enkätutdelning i huvudsak under den timslånga pausen mellan evenemangets båda skidgrenar (tidsschema: lördag män 15 km masstart 13.30 följt av damer 10 km masstart 15.15, samma tider och startordning på söndagen).

På grund av problemet med att en enkät på plats inte skulle fånga hela dagens konsumtion så valde vi också en insamling utanför området efter evenemangets slut. Enkäterna placerades på var tredje bil samt delades ut slumpmässigt till passagerarna på bussarna för att i så stor utsträckning som möjligt undvika systematisk bias.

Alla som svarade på enkäten på området fick någon form av incitament. Antingen en pin eller en penna. De som mottog en enkät på bussen fick inte motta något incitament. Se tabell 1 och 2 nedan för en fullständig beskrivning över platser och dagar som studien har genomförts.

Tabell 1. Insamlade enkäter, plats och dag

Dag	Publikområde	Parkering	Buss	Totalt
Lördag	62	84	23	169
Söndag	135	87	12	234
Totalt	197	171	35	403

Tabell 2. Antal respondenter intervjustudien, svarsfrekvens

Tillfrågade	Redan svarat	Urval	Unika svar	Ej svar	Svarsfrekvens
879	15	864	718	146	83,1%

3.1 Enkätens utformning

Enkätfrågorna innehöll frågor om konsumtion och ekonomisk budget detta för att kunna skapa en bild av den konsumtion och de inkomster som Skidspelen genererar till regionen. Enkäten innehöll också grundläggande frågor om besökaren så som ålder, kön, hemstad etc. Frågan om boendeform används för att kategorisera besökarna i olika segment.

Enkäten innehöll också frågor om hur dagskonsumtionen såg ut, om besökaren övernattade och i så fall i vilken form av boende samt färdmedel och övriga kostnader i samband med vistelsen. Syftet var att få en helhetsbild av hur mycket besökarna spenderar och på vad. Enkäten innehöll även frågor om upplevd livskvalitet samt om hur nöjd besökaren var med upplevelsen av Skidspelen. t ex. frågades besökarna om de hade upplevt att de kunde följa tävlingarna på ett tillfredställande sätt. Dessa enkätfrågor finns analyserade inom ramen för ett examensarbete från Högskolan Dalarna (se Eriksson och Hedin, 2012) Det fanns även en engelskspråkig version så att även utländska besökare skulle kunna medverka i studien.

Intervjuundersökningen designades så att den snabbt skulle kunna genomföras av intervjuaren och innehöll frågor om besökarens ålder, kön, ev. övernattning och boendeform samt färdmedel till Skidspelen. Det finns en stor fördel med en snabb intervju av det här slaget. Dels behöver besökaren inte själv skriva något och studien kan genomföras t ex. vid köer. Tack vara kö vid entrén till Skidspelen kunde intervjuaren enkelt tillfråga besökare för att minska systematisk bias. I detta fall ombads var tredje eller var fjärde person att medverka i studien. Ifall det var tredje eller var fjärde, berodde på hur snabbt kön förflyttade sig. Det är viktigt att besökaren inte uppfattar intervjuaren som ett störningsmoment då det kan påverka såväl svarsfrekvens som upplevelsen av besöket på Skidspelen negativt.

3.2 Effekter av incitament att delta i studien

Vi använde oss av incitament i form av pins och pennor från Skidspelelen för att öka svarsfrekvensen. Det kan vara intressant att se hur svarsfrekvens påverkas av incitament. Totalt sattes 200 enkäter med pin och 200 utan pin på bilar parkerade på den parkering som var officiellt avsatta för Skidspelelens besökare. De svar som mottagits från besökarna har använts för att undersöka om det finns några skillnader i svarsfrekvens.

Tabell 3. Svarsfrekvens med och utan incitament

	Lördag		Söndag		Totalt	
	Antal	Svarsfrekvens	Antal	Svarsfrekvens	Antal	Svarsfrekvens
Med pin	40	40 %	49	49 %	89	45 %
Utan pin	44	44 %	38	38 %	82	41 %

Tabell 3 visar att totalt sett så inkom det fler enkäter från de besökare som erhållit ett incitament. Svarsfrekvensen var 4 procent högre. Vi kan dock se att under lördagen så gav faktiskt de respondenter som inte mottog ett incitament flera svar tillbaka än de som mottog incitamentet. Söndag gav enkäterna med incitament bifogade en större svarsfrekvens. I antal personer motsvarar detta sju personer vilket är en relativ liten skillnad. För att undersöka om det förelåg någon skillnad i svarsfrekvensen genomfördes ett t-test om skillnad i svarsfrekvens mellan grupperna. Resultatet pekade på att det inte fanns en statistiskt signifikant skillnad i svarsfrekvensen.

3.3 Jämförelse mellan intervju- och enkätdata

Vi genomförde datainsamling vid entrén för att det gav möjlighet till att göra stickprov ur populationen besökare för att tillfråga dessa om nyckelvariabler för individkaraktäristika. Insamlingen av enkätdata från parkering och buss visste vi skulle vara snedvriden när det gäller färdmedel till Svenska Skidspelelen, men i övrigt samlade vi in data på ett sätt som skulle minimera systematisk bias. Hur väl stämmer då de olika urvalen överens på övriga individvariabler? I tabell 4 nedan jämförs data insamlat via intervjuer vid entrén, insamlade enkäter inom Skidspelelenområdet samt enkäter insamlade på parkering och bussar. Datamaterialet som insamlats genom intervjuer vid entrén är det som vi bedömer bäst representera populationen och som fortsättningsvis i rapporten används för att beräkna vilken fördelning olika grupper har i populationen.

För kommande beskrivningar av vilka som besökt Skidspelelen samt beräkningar av den direkta ekonomiska betydelsen av Skidspelelen kommer således resultaten från Intervjustudien vid entrén att användas för att beskriva besökarna (ålder, kön, hemort, ev. övernattningar samt färdmedel) samt katigorisera besökarna i olika segment med avseende på boendeform.

Tabell 4. Jämförelse mellan intervjudata, enkätdata och reviderad enkätdata

Metod	% kvinnor	Medel- ålder	% andel turister	% med bil	% som bor hemma
Entréintervjuer	45 %	57,5 år	44 %	74 %	48 %
Enkäter inom området	43 %	48,5 år	38 %	77 %	61 %
Enkäter Parkering & buss	46 %	48,9 år	28 %	94 %	75 %

Som vi kan se, skiljer sig resultaten åt något emellan de olika urvalen. Medelåldern för respondenterna i intervjustudien är avsevärt högre än för de som svarat på enkäterna. Vidare ser vi att andelen som angett att de bor hemma under Skidspelelen är högre hos de som svarat på enkäten och då i synnerhet de som besvarat enkäten som delats ut på parkeringen och på bussen. Detta kan bero på det faktum att många svarande på intervju studien angav ”inget boende” när de endast besökte Skidspelelen en dag, vilket gör att det kan finnas ett bortfall av ”hemmaboende” i intervjustudien. Intressant att notera är således att besökare som bor hemma i högre utsträckning har rest till Skidspelelen med bil, omvänt gäller alltså att besökare som övernattat i annan boendeform i högre utsträckning använt sig av kollektivt färdmedel eller promenad.

Även om det var en del skillnader mellan de olika typerna av insamlingsmetod så är det ändå snarlika resultat på många punkter. Noteras kan att 94 procent av de som besvarade enkäten utdelad på buss och på parkeringen svarade att de använde bil som färdmedel, vilket bekräftar hypotesen att det blir en överrepresentation av bilister när datainsamlingen sker på detta sätt. Sker datainsamlingen på parkering och vid bussar och det finns en strävan efter ett representativt resultat bör därför en intervjustudie användas för att uppskatta hur stor del av besökarna som faktiskt rest dit med bil.

4. Svenska Skidspelen 2012 – en kort bakgrund

Svenska Skidspelen ägs av 11 olika skidklubbar, 10 av dessa med säte i Falun och 1 med säte i Borlänge. 2011 låg omsättningen för Svenska Skidspelen på 5 807 000 kr och man hade 27 000 besökare. 2012 besökte ungefär 25000 personer Svenska Skidspelen under 3 dagar, 16 tom 18 mars. För 2012 hade man en budget runt 5,8 miljoner kr (Svenska skidspelen 2012, Kjellberg 2012).

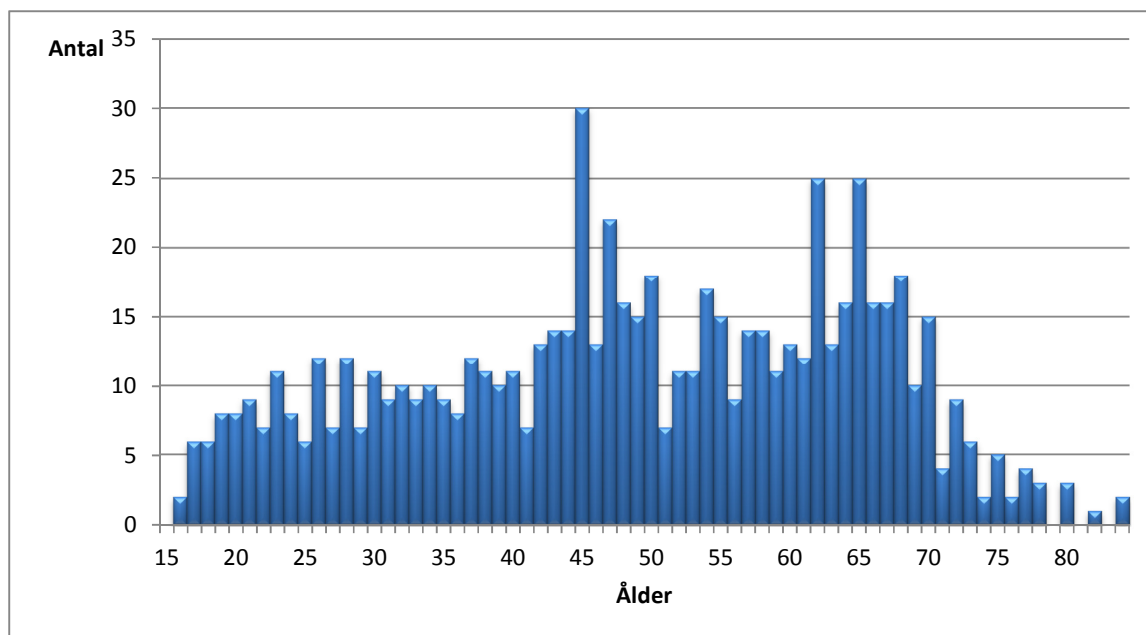
Tabell 5. Svenska Skidspelens ekonomi mellan 2008 och 2011

	2011-06-30	2010-06-30	2009-06-30	2008-06-30
Nettoomsättning	5 807	7 052	4 767	4 268
Resultat efter boksl.disp. och skatt	255	325	-97	393
Antal anställda	2	2	2	2
Soliditet, %	68	56	49	59

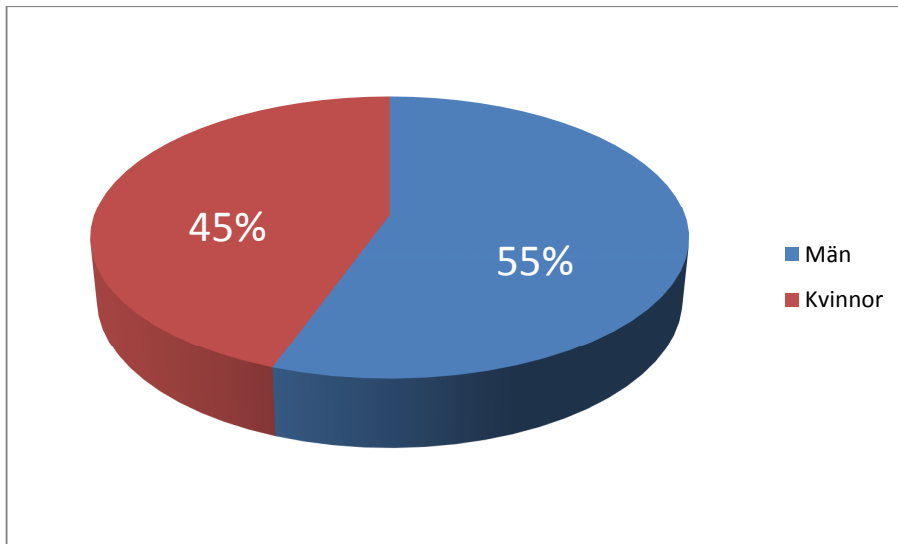
Källa. Svenska Skidspelens Årsredovisning 2011

4.1 Vilka besökte Skidspelen 2012?

I figur 1 nedan visas åldersfördelningen av besökarna. Den största enskilda åldern är 45 år, vilket 30 personer svarade att de var. Annars kan man se att det är en relativt jämn fördelning av ålder men något fler som besöker Skidspelen efter det att de fyllt 45 år än före. De äldsta personerna var 2 stycken som var 84 år. Den yngsta personen som svarade på undersökningen var 16 år. Skidspelen besöktes av personer yngre än 16 år men det har försökts att inte fånga dessa personer i undersökningen.



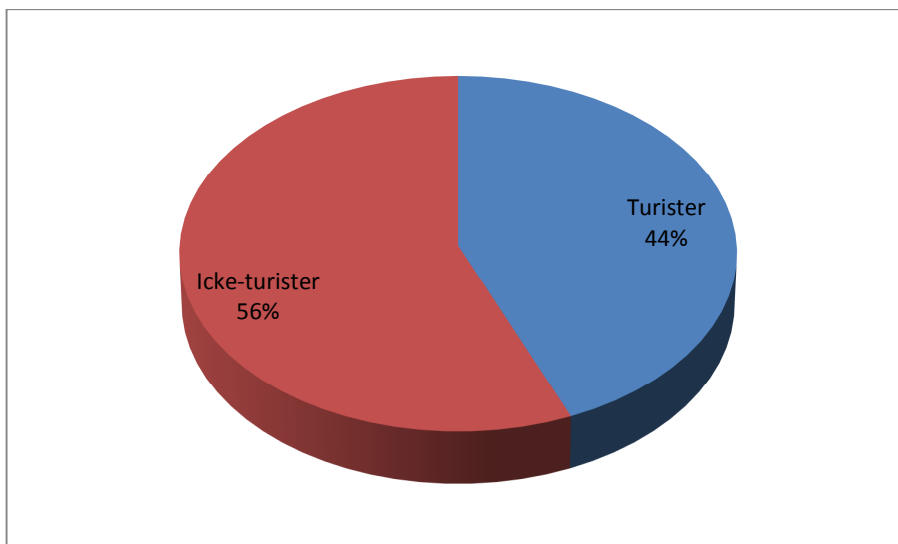
Figur 1. Åldersfördelning bland besökarna till Skidspelen 2012



Figur 2. Procentuell fördelning av män respektive kvinnor

4.2 Var kommer besökarna ifrån?

Svenska Skidspelen besök av personer från hela Sverige men även en hel del utländska turister kommer för att besöka tävlingarna i Falun. Figur 3 visar att 44 procent av besökarna kan kategoriseras som turister och 56 procent som icke-turister. Definitionen av turist följer vedertagen praxis och avses personer som rest mer än 10 mil för att besöka evenemanget (Tillväxtverket 2012). Det kan också vara till intresse att notera att 32 procent av alla besökare uppger att de bor i Falun medan 2,7 procent uppger att de bor i ett annat land än Sverige.



Figur 3. Procentuell fördelning av turister och icke- turister

4.3 Varför besöker man Skidspelen?

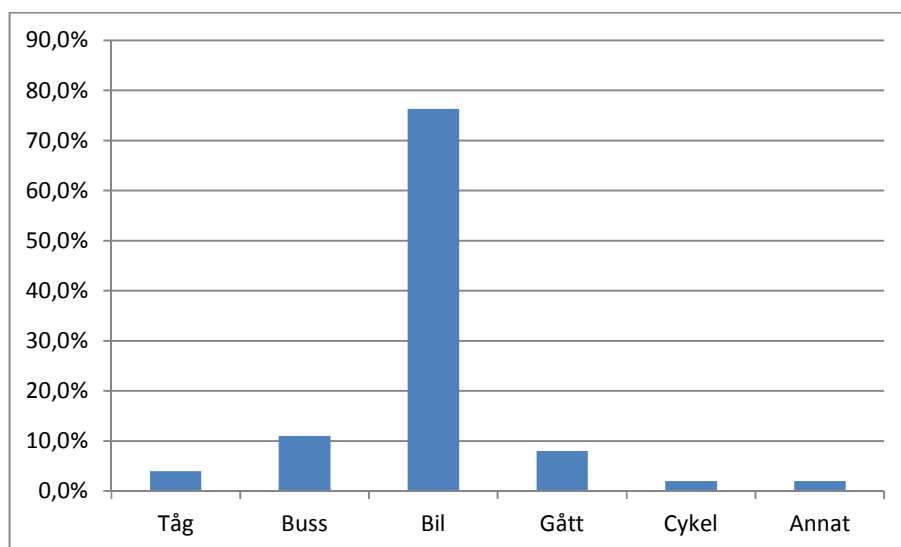
Enkät innefattade frågan varför har du kommit till Skidspelen?. Respondenterna hade möjligheten att välja en eller flera av sex olika alternativ. Alternativen bestod av ”Stämningen”, ”Händer något på stan”, ”Se skidstjärnor på nära håll”, ”Se en bra tävling”, ”arbete” eller ”annat”. Annat var en öppen fråga där respondenten, hade möjlighet att själv fylla i vilken annan anledning de hade. Respondenternas svar på denna fråga redovisas i figur 4. Det vanligaste som en tredjedel av alla svarade var att ”se skidstjärnorna på nära håll”. ”Se en bra tävling” och ”stämningen” var också två vanliga och utmärkande alternativ med 29 procent och 25 procent. När respondenterna uppgav annat så var den vanligaste anledningen att ”Vänner”, ”Träffa familj”, ”släkt” osv. Men andra svar inkluderade ”Träffa maskoten” eller ”Kungen”.



Figur 4. Procentuell fördelning av anledning till besök vid Skidspelen

4.4 Hur reser man till Skidspelen?

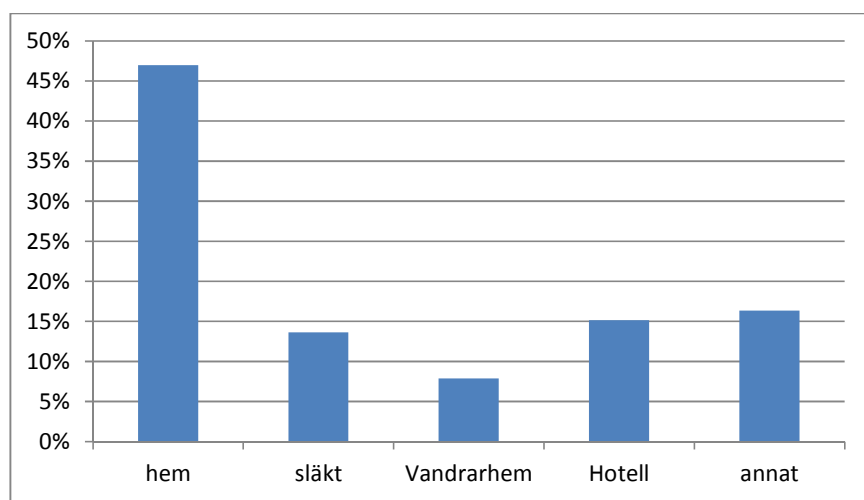
Ca 76 procent använde sig av bil för att resa till Skidspelen. Det näst populäraste alternativet var buss med 11 procent. Detta trots att det fanns möjlighet att åka buss gratis mellan Lugnet och Falun centrum för alla besökare av Skidspelen. Datamaterialet som ligger till grund för figur 5 kommer från intervjustudien så den är opåverkad av det faktum att enkäterna delades ut på bilar parkerade på området. Tredje vanligaste alternativet var att gå vilket uppskattningsvis 8 procent av alla besökare hade gjort. Därefter följde tåg med 4 procent, cykel 2 procent och annat 2 procent. Alternativet annat består bland annat av flyg, moped och husbil. Husbil står för hälften av alla som svarat annat. Anledningen att det inte summerar till 100 procent är att det var möjligt för respondenterna att välja flera alternativ.



Figur 5. Besökarnas färdmedelsval, procentuella fördelning

4.5 Var bor man under Skidspelen?

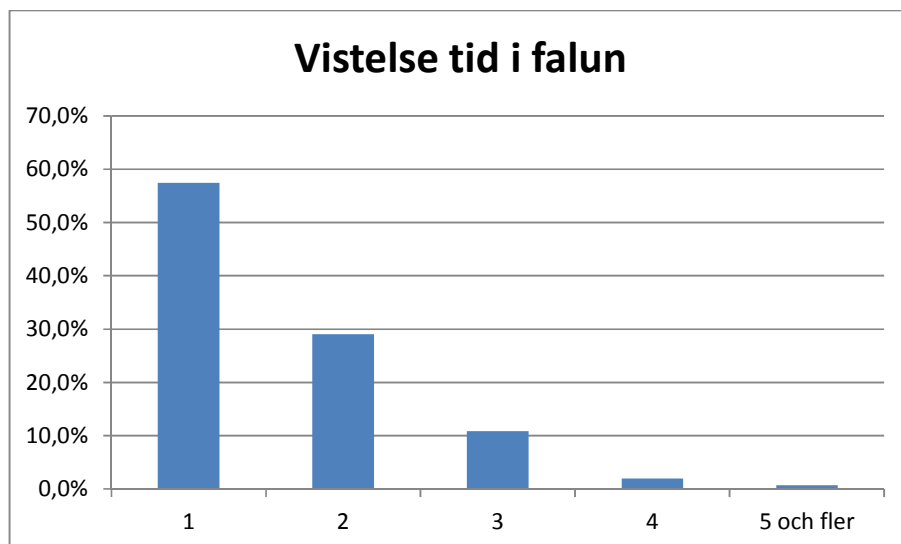
Den största andelen, ca 47 procent av besökarna bodde hemma. Detta var av två anledningar, antingen bodde de i närheten vilket gjorde övernattnings i hemmet till ett självklart val. Den andra anledningen däremot var att de besökte Skidspelen endast en dag och alltså inte behövde övernatta. Detta kan däremot leda till en aningen missvisande bild, då flera av de som endast besökte en dag inte valde att uppge någon bostadsform. Näst vanligaste alternativet var annat. Annat med ca 16 procent består av 6 procent som svarade ”Hyr stuga”, ca 4 procent som svarade ”Husbil eller husvagn”, 3 procent som svarade ”camping”, 1,5 procent bodde på skolor och resterande hade endast svarat ”annat”. 15 procent har uppgett att de spenderade sin dygnsvila på hotell, ca 14 procent uppger att de bodde hos släkt eller vänner och sist men inte minst ca 8 procent uppger att de bodde på vandrarhem.



Figur 6. Besökarnas boendeform, procentuell fördelning.

4.6 Hur länge pågår besöket?

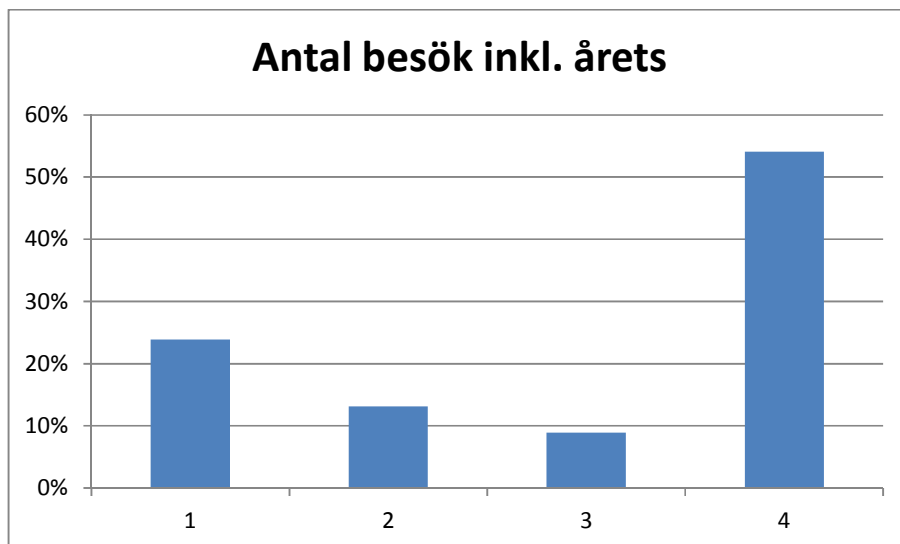
I figur 7 kan man utläsa hur många dagar respondenterna har uppgett att de besöker Skidspelen eller Falun. Vanligast är att man besöker Skidspelen endast en dag, vilket ca 58 procent har uppgett. 29 procent uppger att de har besökt Skidspelen två dagar och 11 procent uppger att de besökte spelen tre dagar. Själva tävlingarna pågår tre dagar i Falun. Med invigningen så är Skidspelen fyra dagar, men några personer har faktiskt stannat i Falun längre än så. Ca 1 procent stannade 5 dagar eller fler.



Figur 7. Besökarnas vistelsetid i dagar, procentuell fördelning.

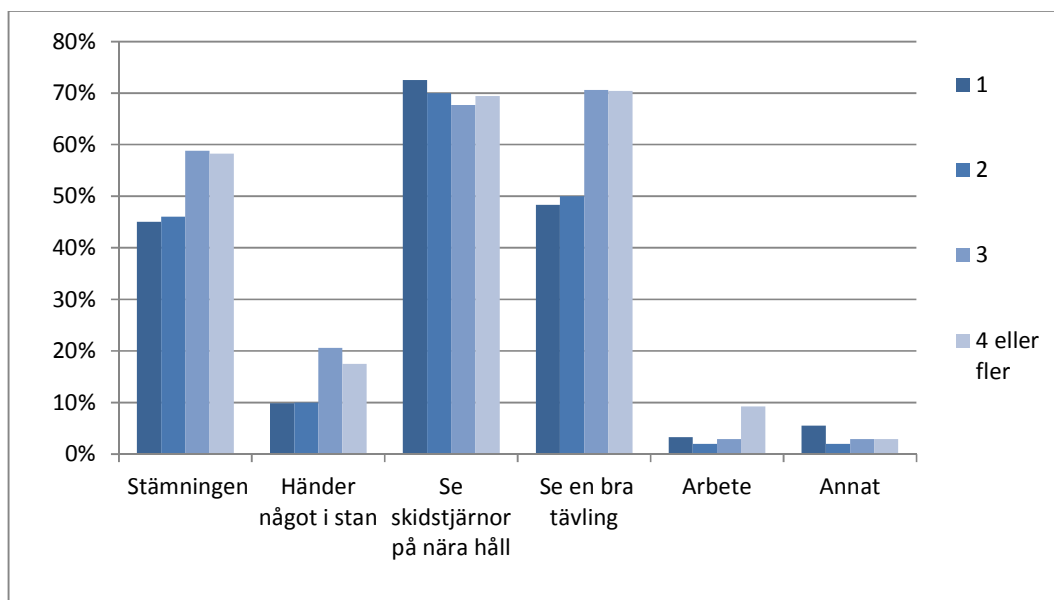
4.7 Hur många gånger har man besökt Skidspelen tidigare?

I figur 8 kan det ses att majoriteten av besökarna (54 procent) har besökt Svenska Skidspelen fyra gånger eller fler. 24 procent besöker Skidspelen för första gången 2012. Det skulle kunna vara av intresse att veta om första gångs besökarna syn på Skidspelen skiljer sig ifrån de återkommande besökarnas syn.



Figur 8. Fördelning av antal besök av Svenska Skidspele

I figur 9 kan man se hur anledningen till besöket skiljer sig mellan första gångsbesökare och de mer frekventa besökarna. Tredje och fjärde-gångs besökare har liknande anledningar där stämningen, händer något på stan och se en bra tävling är högre för dem än andra grupperna. Arbete är också en större anledning för de som besökt Skidspele fyra gånger eller mer. För första-gångsbesökarna är "se skidstjärnor" och "annat" större anledningar än för de andra grupperna.



Figur 9. Anledning till besök beroende på besöksfrekvens

5. Metod och uppskattning av konsumtion

Detta avsnitt redogör för metoden att samla in konsumtionsdata samt diskuterar olika sätta att sammanväga data för att på bästa sätt kunna uppskatta Skidspelsbesökarnas totala konsumtion i samband med evenemanget. Avsnittet inleds med en förklaring av de variabler som fortsättningsvis används för att beskriva materialet i rapporten.

Daglig konsumtion – Uppskattas med hjälp av enkätdata. Respondenterna fick besvara frågor om hur deras konsumtion såg ut under senaste 24 timmarna. Den dagliga konsumtionen kan även delas in i flera kategorier, de två huvudkategorierna är konsumtion inom området och konsumtion utanför området. Dessa kan i sin tur delas in flera andra mindre kategorier så som livsmedlen. I denna studie antar vi att den dagliga konsumtion som respondenterna uppgett representerar en ”vanlig dag” d.v.s. alla andra dagar som personen besöker Skidspelen har en liknande daglig konsumtion.

Engångskonsumtion – Här benämns konsumtion eller kostnader som respondenten endast betalar en gång per resa. I denna studie ingår biljettkostnader, övernattningskostnader och resor till/från Falun som engångskostnader.

Konsumtion inom området – Syftar på den konsumtion som respondenten uppgett sker inom området för Skidspelen. Detta kommer i sin tur leda till att de ekonomiska effekterna av den konsumtionen hamnar hos Skidspelens arrangörer eller hos återförsäljare på området. När respondenten fick fylla i denna enkät kunde denne även fylla i vilken kategori utgiften hamnade. De olika kategorierna stod av ”Restaurang- och café besök”, ”livsmedel”, ”shopping och souvenirer” och ”skidutrustning”

Konsumtion utanför området – Syftar på den konsumtion som respondenten uppgett sker utanför området för Skidspelen. Dessa ekonomiska effekter kommer påverka företag i regionen och i huvudsak Falun. Respondenten fick även här placera kostnaderna i de olika kategorierna ”Restaurang och café besök”, ”livsmedel”, ”shopping och souvenirer” och ”skidutrustning”

Antal dagar – De antal dagar som respondenten uppgett att han eller hon har visstats i Falun. Tanken var först att eftersom besökstiden i Falun kan vara längre än antalet dagar som

respondenten besöker tävlingarna. Så var tanken att konsumtionen ser ungefär lika ut för dessa dagar. Personerna konsumerar alltså även när de inte besöker Skidspele. Men eftersom detta skulle krävs mer data så ändras beräkningarna från att multiplicerats med antalet dagar i antagandet om att alla dagar innebar likadan konsumtion, till att endast innefatta en dag per besökare. Detta för att minimera risken för att överskatta värdet och istället försiktigt uppskatta ett minst tänkbart belopp av konsumtion.

Turist – Personer som rest mer en 10 mil för att besöka ett evenemang benämns i denna studie som turist. Ska man endast mäta ny ekonomisk aktivitet som uppstår är det endast turistens konsumtion som man tar hänsyn. Med antagandet att de som inte är turister ändå hade konsumerat inom regionen. Det kommer även göras en beräkning på konsumtion där detta skattas beroende på om personen är turist eller inte. Antagandet är att alla turister har något som liknande utgifter, medans alla icke-turisters utgifter liknar gruppen icke-turisters utgifter.

Boendety – En uppdelning av konsumtionsutgifter kommer att göras beroende på vad personen har uppgett för boende. Tanken är att respondenter med liknande boendeform kommer att ha liknande kostnader/konsumtion. Boendety kan delas upp i de som bor hemma, de som bor hos släkt eller vänner, de som bor på vandrarhem, de som bor på hotell och de som bor på annat vis.

Ålder – En liknande uppdelning som på boendety och turist/icke-turist kommer att göras för ålder. Då har respondenterna delats in i olika ålderskategorier. Dessa kategorier är ”17 år eller yngre”, ”18 till 27 år”, ”28 till 37 år”, ”38 till 47 år” och ”48 år eller äldre”.

Antal personer i segmentet – Ett segment är en grupp t. ex. ”turister” eller de som övernattade hos en bekant. För att beräkna antal personer i segmentet har data från intervjustudien använts för att bestämma den procentuella andelen av alla besökare som kan kategoriseras in i det segmentet. Denna andel multipliceras med den totala publiksiffran för att få fram hur stor det totala segmentet är. Den totala publiksiffran för Svenska Skidspele 2012 var 25 000 personer (Svenska Skidspele 2012). Därefter uppskattas antalet unika besökare genom att dividera med den genomsnittliga vistelsetiden för respektive kategori (se vidare uträkningar i tabell 7).

5.1 Konsumtionseffekt från turister och andra besökare

I tabell 6 nedan visas den uppskattade skillnaden mellan turister och icke-turisters konsumtion i samband med Skidspele. Detta visar på att en typisk turist konsumerar mer på alla poster än en typisk icke-turist. Turister uppskattas spendera ca 580 kr mer på resor. Kanske inte så konstigt då definition av en turist innefattar att personer ska ha rest längre än 10 mil. Att en turist spenderar mer på logi under vistelsen verkar också naturligt då en lång resa då en övernattnng blir mer sannolikt. Turisten har även högre dygnskostnader innanför och utanför området vilket stämmer väl överens med tidigare studier (Heldt och Olofsson 2011). Medelvärden för den uppskattade konsumtionen kan utläsas ur tabell 6.

Tabell 6. Uppskattad konsumtion i kr, besökets längd för turist och icke turister

	Turist	Icke turist
Konsumtion inne på Skidspelsområdet	100	71
Utanför området	147	59
Resekostnader	784	208
Logi	418	5
Biljettkostnader	132	93
Totalt	2286	515
Antal dagar	1,80	1,45
Segmentstorlek	44%	56%

Tabell 7. Konsumtion i olika kategorier för turister och icke-turister

	Turist	Icke-turist
Daglig konsumtion	247 kr	130 kr
Engångskostnader	1334 kr	306 kr
En persons uppskattade totala konsumtion	1779 kr	495 kr
Antal unika besökare	6111 st	9 655 st
Segmentets totala konsumtion	10 871 469 kr	4 779 225 kr
Besökarnas totala konsumtion	15 650 694 kr	

I tabell 7 ser vi den totala konsumtionen uppskattad genom att dela in alla besökare i två grupper, turister eller icke-turister. De två grupperna är relativt lika storleksmässigt, där icke-turisterna är något fler med sina 14 000 mot turisternas 11 000. Antalet unika besökare ur

respektive kategori uppskattas genom att dividera med genomsnittligt antal dagar. Tittar man på en persons genomsnittliga konsumtion är den större för turisterna och en genomsnittlig turist spenderar drygt 1000 kr mer än en icke-turist under deras besök av Svenska Skidspelen. Turisterna står för den största totala effekten och bidrar totalt till ca 11 miljoner i konsumtion medan icke-turisterna bidrar till ca 5 miljoner i konsumtion. Den totala konsumtion som de båda grupperna genererar kan därmed uppskattas till ca 15,5 miljoner kr. Antalet unika besökare har uppskattats till 15 766 personer.

Antalet respondenter som är turister och angett konsumtion är 126 personer medan 258 icke-turister har angett konsumtion. Det är relativt många observationer om man jämför med andra metoder som det nämns mer om i nästa avsnitt. Totalt sett borgar detta för att skattningarna är relativt precisa. Turister är något färre men så är den gruppen besökare också något mindre på Skidspelen generellt sett. Flera respondenter av båda grupperna skulle dock stärka beräkningarna och framför allt flera respondenter som är turister.

5.2 Boendeselementerad konsumtion

Som tidigare nämnt för att uppskatta den totala konsumtionen har flera olika segmenteringsmodeller använts, tanken är sedan att även kunna jämföra dem. För boendeselementeringen har publiken delats in i olika grupper beroende på vilken typ av logi de hade under Skidspelen. De olika gruppernas konsumtion har uppskattats inom flera områden. I tabell 9 kan man se hur kostnaderna skiljer sig mellan de olika segmenten. Modellen har fått fram att t. ex Logi är högst för de som bor på hotell, medan de som bor hemma och de som bor hos bekanta har lägst kostnader för boende. Detta verkar rimligt, det som kan verka något konstigt är att kostnaden för logi hemma skiljer sig från noll. Tanken är att alla kostnader är sådan som endast uppstår med direkt anledning av att respondenten väljer att besöka Skidspelen. Nu kan det bero på många saker att den skiljer sig från noll, det kan vara respondenter som missuppfattat frågan och därför svarat vad de betalar för bostadskostnader under dagarna de besöker Skidspelen. Detta skulle då kunna förbättras genom en klarare beskrivning av frågan i enkäten. Men det kan även vara så att personer har kostnader för boendet direkt kopplade till Skidspelen, ett exempel vore någon som ska flytta, men väljer att ha kvar lägenheten en månad extra för att ha någon stans att bo under Skidspelen. Den kostnaden skulle då vara direkt kopplad till Skidspelen. Annars av intresse kan vara att personer som bor hemma har lägst resekostnader och tordes således visa att ju närmare man bor Falun, ju större är chansen att den personen spenderar sin dygnsvila hemma.

De som bor hemma har dessutom lägst kostnader på de flesta av posterna och den lägsta totalkostnaden. Deras vistelsetid i dagar är även i genomsnitt kortast.

Tabell 9. Uppskattad konsumtion i kr, besökstid och segmentstorlek för olika boende

	Hem	Bekant	Vandrarhem	Hotell	Annat
Inom Skidspelsområdet	73	73	101	149	207
Utanför området	44	152	281	384	36
Resor	236	644	1126	700	1112
Logi	28	15	371	1322	491
Biljett	93	123	131	139	194
Total	651	1258	2563	3703	2977
Besökstid, dagar	1,56	1,89	2,24	2,20	2,43
Storlek segment	46,97%	13,64%	7,88%	15,15%	16,36%

I Tabell 10 redovisas uppskattningar av total konsumtion kopplad till Skids spelen utifrån boendesegmentering. Den uppskattade totala konsumtionen uppgår till drygt 18,2 Mkr.

Hotellgäster svarar för den största delen av konsumtionen med ca 5,7 Mkr. Detta trots att de är väsentligt färre personer i denna kategori ca 1721 personer, än t.ex. bor hemma 7 535 personer. Trots att en stor andel av publiken alltså bor hemma så bidrar de inte med så mycket till den totala konsumtionen. Detta beror ju på det faktum att de som bor hemma har den lägsta genomsnittliga konsumtionen per besökare. Besökare som övernattat i ”annat boende” har också en hög genomsnittlig konsumtion och totalen för denna kategori summerar till dryga 4 Mkr. Personer som bor hos vänner och bekanta står för den lägsta totala konsumtionen. Detta kan härledas att till att de har relativt låg genomsnittlig konsumtion och uppskattas vara en ganska liten grupp ca 1807 personer. Ungefär 2,1 Mkr beräknas denna grupp konsumera för totalt under Skids spelen. Vandrarhemsbesökarna har den näst högsta dagliga konsumtionen med 382 kr/dag, men har lägre engångskostnader än hotellgäster och ”annat boende”. Dessa gäster uppskattas konsumera för ca 2500 kr i genomsnitt per person vilket är den näst högsta genomsnittliga konsumtionen. Totalt sett konsumerar denna grupp för dryga 2 miljoner kr. Noter att skattningarna är baserade på en att antalet unika besökare är 13 630 personer.

Tabell 10. Engångskostnader, daglig konsumtion och total konsumtion för olika boendetyper

	Hem	Bekant	Vandrarhem	Hotell	Annat boende
Daglig konsumtion	117 kr	225 kr	382 kr	534 kr	244 kr
Engångskostnader	356 kr	782 kr	1628 kr	2161 kr	1797 kr
Uppskattad total konsumtion	538 kr	1206 kr	2483 kr	3336 kr	2388 kr
Antal unika besökare	7535 st	1807 st	879 st	1721 st	1686 st
Segmentets totala konsumtion	4 053 830 kr	2 179 242 kr	2 182 557 kr	5 741 256 kr	4 026 168 kr
Besökarnas totala konsumtion	18 188 746 kr				

I tabell 11 redovisas hur många besvarade enkäter det fanns inom varje kategori av boende. 275 respondenter bodde hemma och redovisade utgifter för deras besök på Svenska Skidspelen. Lägst antal observationer var det för ”vandrarhem” där endast 17 personers svar ligger som grund för konsumtionsskattningarna för denna grupp. När antalet observationer är få för ett enskilt segment ökar osäkerheten kring det uppskattade värdet. Uppskattningsvis besöker 879 personer som bor på vandrarhem tävlingarna och deras konsumtion uppskattas alltså på uppgifter från 17 personer. Med detta i åtanke skulle en framtida studie rikta in sig på att fånga flera ur gruppen vandrarhemsboende för att minska osäkerheten i resultatet. Något som exempelvis skulle kunna ske om man samarbetar med boendeanläggningar. Två tänkbara problem med att frånga Skidspelsområdet som insamlingsplats kan vara att andelen besökare till Skidspelen av totala antalet övernattande i vandrarhem i Falun är låg samt att incitamentet att delta i undersökningen är lägre än när studien genomförs på plats.

Tabell 11. Antal observationer av kostnader för olika boende

	Hem	Bekant	Vandrarhem	Hotell	Annat
Antal observationer	275	54	17	23	33

5.3 Ålderssegmenterad konsumtion

Antar man att personer inom samma ålder har liknande konsumtionsmönster, kan man göra en ålderssegmenterad uppskattning av den totala konsumtionen. För att underlätta beräkningarna och inte göra en uppskattning för varje ålder har vi delat in materialet i olika åldersgrupper. Från tidigare redovisade figur 1 ser vi att 62 procent av besökarna var äldre 48 år. För eventuella kommande studier kan det vara en god idé att göra andra åldersgrupperingar. Vår valda åldersindelning behöver inte innebära några problem, det kan vara så att konsumtionen för en 50 åring och en 70 åring inte skiljer sig så mycket.

I tabell 12 kan vi se hur den uppskattade konsumtionen ser ut för olika åldersgrupper. Det första att notera är att konsumtionen för personer under 17 år. Det verkar rimligt med tanke på att inkomster normalt ökar med tid och därmed också köpkraften. Det är också vanligt att besökare i denna åldersgrupp går tillsammans med sina föräldrar och för vissa utgifter betalda av dem.

Vi kan även notera att gruppen 28 år till 37 år har den högsta genomsnittliga konsumtionen med 963 kr. Denna grupp besöker även Skidspelen under längst tid. Ser man på den totala konsumtionen verkar den stiga med åldern, med ett undantag den har en uppgång under åldrarna 28-37 år. Biljettkostnaderna skiljer sig inte mycket mellan åldrarna 18 och uppåt, alla åldersgrupper inom detta intervall ligger runt 100 kr för biljetterna. 17 år och yngre betalar dock endast i genomsnitt 47 kr. Något som kan bero på att de köper rabatterade biljetter eller att de får biljetterna betala av någon annan.

Tabell 12. Konsumtion i kr/dag, besökstid och segmentstorlek för olika åldrar

	17 år och yngre	18-27	28-37	38-47	48 år och äldre
Inom Skidspelsområdet utanför området	44	66	53	84	93
Resor	32	92	78	87	91
Logi	92	270	550	319	426
Biljett	42	34	176	55	191
Total	47	102	106	105	107
Dagar	256	564	963	649	908
Storlek segment	1,63	1,46	1,35	1,57	1,70
	1%	9%	11%	16%	62%

Tabell 13 redovisar den totala konsumtionen som Skidspelelen beräknas ge upphov till beräknat utifrån en åldersegmentering. Skattningarna baseras på en uppskattning av antalet unika besökare om 15 368 personer. Besökare som är 48 år och äldre är den största gruppen och svarar också för den största genomsnittliga konsumtionen. Gruppen 48 år och äldre konsumerar varor och tjänster med direkt anledning av Skidspelelen för ett värde av ca 9,4 Mkr. Det har tidigare nämnts att denna grupp inte fångades upp i undersökningen. Besökare 28 år till 37 år beräknas ha konsumerat för ca 2 miljoner kr som är ungefär lika stor som konsumtionen som personer 38 till 47 år stod för. Gruppen 38 år till 47 år vara större, medan en genomsnittlig person mellan 28 år till 37 år konsumerade för mer. Besökare i åldrarna 18 till 27 år beräknas ha konsumerat för 0,9 Mkr. Totalt beräknas alla besökare ha konsumerat för ca 14,1 miljoner kr när beräkning görs via åldersegmentering.

Tabell 13. Engångskostnader, daglig konsumtion och total konsumtion för olika åldersgrupper

	Under 17 år	18-27	28-37	38-47	Över 47 år
Daglig konsumtion	76 kr	158 kr	131 kr	170 kr	183 kr
Engångskostnader	180 kr	406 kr	832 kr	479 kr	725 kr
Uppskattad total konsumtion	303 kr	637 kr	1009 kr	746 kr	1037 kr
Antal unika besökare	154 st	1537 st	2036 st	2549 st	9092 st
Segmentets totala konsumtion	46 662 kr	979 069 kr	2 054 324 kr	1 901 554 kr	9 428 404 kr
Skidspelelens totala konsumtion			14 414 104 kr		

I tabell 14 kan man se antalet observationer för ålder. 6 personer under 17 har svarat på enkäten och angett konsumtion. 38 personer för 18-27 år, 48 personer för 28-37 år, 104 personer för 38-47 år och 204 personer över 47 år har svarat fullständigt på enkäten. För att förbättra till kommande studier bör man kunna öka observationerna av konsumtion från personer mellan 18 år till 37 år. För framtida studier bör man försöka hitta ställen att fånga

även ett representativt urval från den yngsta åldersgruppen. Men då måste man även tackla eventuella problem som uppstår i studier med så unga respondenter.

Tabell 14. Antal observationer av kostnader för olika åldrar

	17 år och yngre	18-27	28-37	38-47	Över 47 år
Antal observationer	6 st	38 st	48 st	104 st	204 st

5.4 Jämförelse emellan segmenteringsmodellerna

Rapporten har presenterat tre olika metoder för att uppskatta värdet av den ökade konsumtion som är direkt kopplad till Svenska Skidspele. Alla metoder redovisar punktskattningar av värdet utifrån olika segmenteringar i ett försök att fånga det sanna värdet. Metoderna har uppskattat konsumtionseffekten på mellan 14 miljoner till 18 miljoner kronor. En faktor som påverkar skattningar är hur antal unika besökare har uppskattats. Här skiljer sig antalet åt mellan de olika modellerna. Framtida studier bör rikta in sig på att dels bättre fånga antalet unika besökare dels fånga besökarnas dagliga konsumtion på ett bättre sätt. Ett första steg till en bättre förklaringsmodell är att utöka antalet respondenter som medverkar i studien.

Tabell 15. Jämförelse mellan konsumtionsmodeller och uppskattat antal unika besökare

	Turistseg.	Boendeseg.	Ålderseg.
Total konsumtion	15 650 694 kr	18 188 746 kr	14 414 104 kr
Uppskattat antal unika besökare	15 766 st	13 630 st	15 368 st

5.5 Konsumtionsskillnader mellan första- och fjärdegångsbesökare

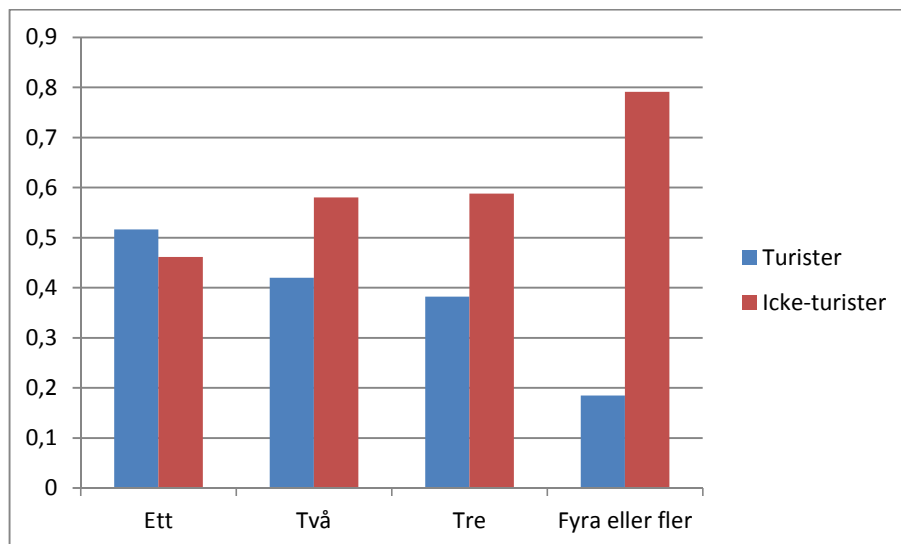
Tidigare i rapporten har det diskuterats skillnader emellan besökare som besöker Skidspele för första gången och de som besökt tävlingarna fyra gånger eller mer. En majoritet av besökarna har varit på Skidspele minst fyra gånger tidigare. Det kunde också ses att anledningen till besöket skilde sig något emellan de båda grupperna. Av intresse skulle då kunna vara att se hur konsumtionen skiljer sig mellan dessa två grupper. För arrangörerna skulle det kunna ge ett visst hum om vilka besökare man ska inrikta sig på att få att besöka Skidspele. Därför kommer här att redovisas en enklare uppställning om hur konsumtionen skiljer sig emellan dessa grupper.

Tabell 16. Konsumtionsskillnader mellan första besöket och 4 och fler besök

	Första besöket	Fyra eller fler besök
Inom skidområdet	80 kr	81 kr
Utanför området	115 kr	64 kr
Resor	458 kr	381 kr
Logi	205 kr	120 kr
Biljettkostnader	116 kr	101 kr
Total	973 kr	747 kr

I tabell 16 kan man se att inom Skidspelsområdet ligger båda grupperna lika i konsumtionen. Vad gäller kategorier så som konsumtion utanför området, resor, logi, biljettkostnader ligger förstagångsbesökare något högre än återkommande besökare. För arrangörens del betyder biljettkostnader och eventuella kostnader inom Skidspelsområdet mer intäkter. Skillnaden i konsumtion är inte gigantiskt stor men med ett mål att maximera konsumtionseffekten av Skidspelen och på så sätt maximera intäkterna för regionen så är det viktigt att attrahera förstagångsbesökare. Eftersom resor och logi är högre för förstagångsbesökare undersöker vi om det kan vara så att dessa har rest längre och övernattat längre än de andra grupperna. Detta skulle innebära att fler turister är förstagångsbesökare och som tidigare nämnts i tabell 6 så har turister högre utgifter än icke-turister.

I figur 10 syns andelen turister/icke-turister och hur dessa skiljer sig åt ifall besökaren gör sitt första besök eller om han/hon varit på Svenska Skidspelen tidigare. Vi ser att för förstagångsbesökare är andelen turister/icke turister närmare 50-50 och ju fler besök som gjort ju större blir andelen icke-turister. För de som besökt Skidspelen fyra gånger eller fler är andelen turister nere på 18 procent.



Figur 10. Andelen turister & icke-turister beroende på antalet besök

5.6 Eventuella felkällor

Ett eventuellt samband mellan kostnader och hur stor grupp man är som besöker Skidspelen, skulle kunna tyda på att respondenterna uppgett familjens utgifter istället för de personliga. Detta skulle innebära att när den totala konsumtionen sedan beräknas så blir uppskattningen något för hög. För att kontrollera om det fanns något samband mellan familjestorlek och kostnader gjordes en test av korrelationen. Det visade sig finnas ett svagt negativt samband dem emellan vilket tyder på att det är de personliga utgifterna som har angetts. Framtida studier kan tydliggöra formuleringar i enkäten för att minska risken för missuppfattningar i frågorna om konsumtionsutgifter.

Ett problem som kan ha uppstått är att besökare av Svenska Skidspelen möjligtvis stannar längre i Falun än endast de dagar de faktiskt besöker tävlingarna. Detta skulle innebära att besökare konsumerar även under andra dagar och det beräknade värdet blir i så fall något underskattat. Men en förstudie som innebär mycket osäkerhet och där syftet främst är att få fram en bra metod för skattning kan det vara en god idé att uppskatta ett "lägsta möjliga värde" istället för en osäker och hög siffra. För att motverka problemet och osäkerheten kring hur många dagar utöver Skidspelen som respondenten besöker Falun skulle det kunna vara en god idé i framtida studier addera en fråga om vistelsetiden i Falun utöver de dagar som tävlingarna besöks.

6. Resultat och diskussion

Syftet med denna förstudie har varit att undersöka metoder för insamling av information över besökarna vid Svenska Skidspelen samt att göra en grov uppskattning av Skidspelens ekonomiska betydelse baserat på besökarnas konsumtion i samband med besöket på Skidspelen. Studien genomfördes med en datainsamling som skede i tre faser, en intervjustudie vid entrén, enkäter som delades ut på området och enkäter som sattes på parkerade bilar och delades ut på bussen från Skidspelen till Falu centrum.

Studien har uppskattat besökarnas konsumtion kopplat till Svenska Skidspelen till mellan 14 Mkr och 18 Mkr beroende på vilken typ av segmenteringsmodell som används. Jämför man med Svenska Skidspelens omsättning för 2012 på 5,8 miljoner kr så är det en ganska hög siffra. Noteras att detta är en förstudie för att ge bästa förutsättningar för en eventuell fortsatt studie eller en studie av ett skid-VM. Viktigt att påpeka är att biljettkostnader samt resekostnader är inkluderade i uppskattningen av besökarnas totala konsumtion. Biljettkostnader även ingår i Svenska Skidspelens omsättning. Således ska dessa båda siffror inte adderas.

Studien pekar också på att förstagångsbesökare spenderar i genomsnitt mer pengar på sitt besök än vad de som besöker Skidspelen för fjärde gången gör. Detta kan ha sin förklaring i att en större andel som gör sitt första besök är turister. Vid en fortsatt studie skulle också en utveckling av datainsamling så att det går att möjliggöra en eventuell beräkning av konsumtion som sker andra dagar än tävlingsdagar för besökare vara bra. Detta är gissningsvis en ganska viktig del av konsumtionen som sker dessa dagar. Ett sätt skulle kunna vara att antingen få in data om antalet unika besökare, eller ha en fråga i enkät om dagar som Falun besöks men inte tävlingarna.

När det gäller metoden att samla in information kan vi konstatera att insamling vid parkering/buss generade en relativt stor datamängd men att det gav en viss överrepresentation av bilister. Datainsamlingen skulle dock med fördel kunna utökas i storlek för att få ett större stickprov. Då antalet observationer inom vissa grupper är något få. Nackdelen med insamling genom att placera enkäter på bilar är att detta ger en lägre svarsfrekvens. Viljan att svara på enkäten hos besökare kan kategoriseras som turister är större när enkäterna delas ut på området än om de delas ut på bilar. Att genomföra insamling inom området är således viktigt

för att fånga kategorin turister bland besökarna och på så sätt bättre kunna uppskatta deras konsumtion.

För framtida studier av Skidspelelen och det kommande Skid-VM är det lämpligt att kombinera dessa tre metoder för att på bästa sätt kunna följa och mäta besökarnas konsumtion.

Vid en skarp studie och vid en eventuell studie av Skid-VM 2015 i Falun är det motiverat att genomföra en fullständig samhällsekonomisk välfärdsanalys. En sådan analys skulle innebära att alla eventuella kostnader och nyttor som uppstår i samband med evenemanget skulle uppsattas. Detta skulle innefatta både sociala och ekonomiska effekter. En sådan samhällsekonomisk analys eller "Cost-benefit analysis" är ett erkänt verktyg och används frekvent inom nationalekonomisk forskning. Detta skulle således kräva en mer omfattande och grundlig datainsamling där data måste samlas in från flera olika håll i samhället och inte endast direkt av besökarna. Exempel på kostnader skulle kunna vara eventuellt ökade polisinsatser, sjukvård osv. Man behöver även mäta hur lokalbefolkningen påverkas, buller, bråk, trafik osv kan innebära störningsmoment för personer som i så fall påverkas negativt. Detta blir speciellt aktuellt i frågan om man skulle göra en undersökning av ett Skid-VM. VM innebär en stor publikmängd om många turister som besöker, detta kan bli en belastning för samhället. Med eventuella offentlig finansiering av Skid-VM blir det dessutom ytterligare intressant för befolkningen att ta del av en sådan undersökning. För att beskriva och motivera de offentliga investeringarna ger en samhällsekonomisk analys ett bra underlag. Än viktigare är frågan om effekterna av Svenska Skidspelelen och ett framtida Skid-VM på lång sikt. För att kunna utvärdera sådana effekter krävs systematisk datainsamling såväl före som under och efter Skid-VM.

Sedan innebär ett Skid-VM såklart också eventuella intäkter både till samhället och till lokalbefolkningen. En samhällsekonomisk analys gör det möjligt att beräkna den slutgiltiga samhällsekonomiska nyttan av Skid-VM 2015.

Avslutningsvis ska tilläggas att framtida studier lämpar sig väl för att fortsätta analysera besökarnas upplevelse av Skidspelelen, deras preferenser och betalningsvilja för aktiviteter och service inom Skidspelelenområdet, exempelvis TV-monitorer, läkare och tillgång till trådlösa nätverk.

Källförteckning

- Getz, Donald (2005). *Event management and event tourism*, 2nd ed., New York: Cognizant communication corporation.
- Eriksson, David och Fredrik. Hedin (2012). Kan fler läktare och större TV-monitorer öka den samhällsekonomiska nyttan inför ett kommande Skid-VM 2015? Ett valexperiment utfört på Svenska Skidspelen 2012, C-uppsats i nationalekonomi, Högskolan Dalarna, Borlänge.
- Hall, C. Michael (1992), *Hallmark Tourist Events: Impacts, management and planning*. London, Belhaven.
- Heldt Tobias och Lena Nerhagen (2007). Turismens samhällsekonomiska betydelse, i Bohlin och Elbe (red) *Utveckla turistdestinationer – ett svenskt perspektiv*, Uppsala: Uppsala publishing house.
- Heldt, Tobias och Mattias Olofsson (2011). Peace & Love 2011: Uppskattning av festivalens ekonomiska betydelse via segmenteringsansatsen, Högskolan Dalarna - Arbetsrapport, No. 6, Högskolan Dalarna, Borlänge, 2011. pp. 40.
- Kjellberg, Anki (2012). Intervju med Anki Kjellberg, VD för Svenska Skidspelen, 2012-06-04.
- Sun, Ya-Yen, Kam-Fai Wong och Hsien-Chung Lai (2010). Statistical properties and survey design of visitor spending using segmentation, *Tourism Economics* 16(4) p.807-832.
- Svenska Skidspelen (2011). Årsredovisning, Svenska Skidspelen, Falun.
- Pettersson, Robert och Gunnervall, Anders (2008). Skidskytte-VM 2008: Effekter av Vinterfestivalen och Biathlon 2008. Östersund : ETOUR (Rapportserien / European Tourism Research Institute R 2008:19).
- Tillväxtverket (2012). *Fakta om svensk turism*. Stockholm, Tillväxtverket.

Bilaga 1. Enkät



Vem är du som besöker Svenska Skidspele? Vad betyder Skidspele för dig, för Borlänge och för Dalarna?

Vi är nyfikna på vem du är, din relation till Skidspele samt hur du värderar din vistelse här. Denna undersökning är en del av ett projekt som genomförs vid Högskolan Dalarna i samarbete med Svenska Skidspele och Falu Kommun. Vi är tacksamma för att du tar dig tid att besvara frågorna, ditt svar är mycket värdefullt. **Dina svar behandlas anonymt!**

Som tack för att du lämnar en ifylld enkät till oss får du en gåva i forma av en Skidspelepin!

Vi ser gärna att du fyller i enkäten och skickar tillbaka den med hjälp av det svarskuvert du har fått. Adressen är redan ifylld och portot betalt, så du behöver endast lägga i enkäten i kuvertet och lämna det i en postlåda. (för bilister, (buss?))

Har du redan fyllt i en liknande enkät under dagen, ser vi gärna att du skriver detta överst på enkäten och skickar in den i utan att besvara några ytterligare frågor.

Har du frågor så kontakta oss gärna, stort tack på förhand!

Mattias Olofsson
Forskningsassistent i national
ekonomi, e-post: mof@du.se

Fredrik Hedin och David
Eriksson, Kandidatstudenter i
nationalekonomi

Tobias Heldt
Fil. Dr. Nationalekonomi
e-post: the@du.se

Ringa in eller kryssa i det alternativ som bäst överensstämmer med dig

Här följer frågor om dina fritidsintressen, din vistelse på Skidspele och din livssituation i stort

1. **Är du?** kvinna man
2. **Vilket år är du född?** 19_____
3. **Din högsta avslutade utbildning är**
 grundskola högskola/universitet 2år
 gymnasium högskola/universitet 2 år eller mer

4. **I vilken grad instämmer du i de följande, där (0 är inte alls och 6 är mycket) ????**

Människor i mitt närområde där jag bor hjälper varandra 0 1 2 3 4 5 6

I mitt dagliga liv har jag sällan tid att göra det jag gillar	0	1	2	3	4	5	6
Mitt liv har hittills utvecklats som jag önskat	0	1	2	3	4	5	6
Min levnadsstandard är tillfredsställande	0	1	2	3	4	5	6
Mitt besök på Skidspelen bidrar till ökad livskvalité för mig	0	1	2	3	4	5	6

5. **Hur ofta arbetar du ideellt?** Varje vecka varje månad mer sällan aldrig

Vi är nyfikna på din skidspelsekonomi

6. **Hur mycket har du betalt för din biljett?**

_____ kr Har fått biljetten VIP/sponsorbiljett

7. **Hur köpte du din biljett?**

På plats Webben Förförköp på annat sätt

8. **Hur ser dina utgifter ut för, mat etc. inom och utanför Skidspelen området under dagen?**

<i>Kostnad</i>	<i>Summa i SEK</i>
<i>Inom Skidspelenområdet, vilka utgifter har du haft under dagen</i>	
Restaurang och café-besök (serverad mat och dryck)	
Livsmedel (mat, dryck, godis, etc)	
Shopping och souvenirer (kläder, etc. ej skidutrustning och valla)	
Skidutrustning och valla	
<i>Utanför Skidspelenområdet, vilka utgifter har du haft under dagen</i>	
Restaurang och café-besök (serverad mat och dryck)	
Livsmedel (mat, dryck, godis, etc)	
Shopping och souvenirer (kläder, etc. ej skidutrustning och valla)	
Skidutrustning och valla	
<i>Resor – under dagen</i>	
Resor (buss-, tågbiljetter eller bilkostnader)	

9. **Hur**

Total budget: _____ kr

10. **Hur reste du till Skidspelelen? (Fler svar är möjligt)**

Flyg tåg organiserad bussresa kollektivtrafik annat: _____
Egen bil Samåkning bil Skidspelelen gratisbuss från
bilparkering

11. **Hur mycket kostade din resa hit till Skidspelelen?**

(biljetter, bensin, etc, räkna endast för dig själv om du samåkt) _____ kr

12. **Var bor du under Skidspelelenvistelsen?**

hemma campingen släkt/vänner vandrarhem hotell annat: _____

13. **Hur mycket betalar du totalt för ditt boende under Skidspelelen?** _____ kr **Betalar ej boende själv**

14. **Vilken/vilka dagar besöker du Skidspelelen?**

Onsdag Torsdag (Invigning Fredag Lördag Söndag
(slotssprinte Falun)
n)

15. **Hur många gånger har du besökt Skidspelelen inkl. årets besök?**

1 2 3 4 eller fler

16. **Med vilka ur ditt hushåll besöker du Skidspelelen? Ange antal inom varje åldersintervall/kategori**

Ålder 0-2 _____ Ålder 3-7 _____ Ålder 8-11 _____ Ålder 12-18 _____ Föräldrar _____

17. **Varför har du kommit till Skidspelelen (flera svar är möjligt)**

Stämningen Händer något i stan Se skidstjärnor på nära håll
Se en bra tävling Arbete annat: _____

18. **Hur uppfattar du ditt allmänna hälsotillstånd?** Mycket dåligt Dåligt Någorlunda Gott Mycket gott

19. **Hur nöjd eller missnöjd är du med ditt liv i stort på en skala 0 - 10?**

missnöjd Nöjd
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

20. **Hur mycket beräknar du din årsinkomst till före skatt, i år, 2010?**
(kryssa i det fält som stämmer för dig, ditt svar behandlas anonymt)

Upp till 12 000 kr /studiebidrag

12 000 – 49 999 kr

50 000 – 99 999 kr

100 000 – 199 999 kr

Vill ej uppge/vet ej

200 000 – 299 999 kr

300 000 – 399 999 kr

400 000 kr och över

Nej inget alls

Ja, men obetydligt

21. xyz?

Ja, lite

Ja, en del

Vill ni ha bildskärm i skogen – betalningsvilja för detta?

Vilken ytterligare teknik skulle du vilja ha inom området? Beredda att betala för detta?

WiFi –

Läktare i skogen?

Dela området i sektioner med extra inträde?

21. Här nedan ska du snart få göra ett val mellan två olika Peace & Love-festivaler. Det är viktigt att du läser igenom instruktionerna innan så att du förstår frågan.

Pris: Anger priset för ett festivalpass. I det ingår entré alla dagar men EJ camping.

Publikantal: Anger hur många biljetter som på förhand sålts och alltså hur många personer som uppskattas komma på festivalen.

Antal dagar: Anger hur många dagar festivalen pågår. Detta inkluderar även det forum som inleder Peace & Love.

Situation 1	Skidspelen A	Skidspelen B
Pris	1345 kr	1945 kr
Publikantal	40 000	60 000
Antal Dagar	4	5

Jag skulle välja:

A

B

Jag skulle inte välja något alternativ

Situation 2	Skidspel A	Skidspel B
Pris	1745 kr	1645 kr
Publikantal	60 000	40 000
Antal Dagar	4	5

Jag skulle välja:

A

B

Jag skulle inte välja något alternativ

Tusen tack för din medverkan, och ha en fortsatt trevlig skidupplevelse