

Examensarbete

Nivå: Kandidat

Uppskattning av betalningsviljan för Peace & Love 2011

Författare: Hampus Dahlqvist & Tarek Laham

Handledare: Anna Klerby

Examinator: Reza Mortazavi

Ämne: Nationalekonomi

Kurskod: NA2008

Poäng: 15hp

Date of examination: 2016-06-20

At Dalarna University it is possible to publish the student thesis in full text in DiVA. The publishing is open access, which means the work will be freely accessible to read and download on the internet. This will significantly increase the dissemination and visibility of the student thesis.

Open access is becoming the standard route for spreading scientific and academic information on the internet. Dalarna University recommends that both researchers as well as students publish their work open access.

I give my/we give our consent for full text publishing (freely accessible on the internet, open access):

Yes

No

Sammanfattning

I denna uppsats skattas betalningsviljan hos besökarna på Peace & Love-festivalen år 2011. Med hjälp av enkätdata baserad på avslöjade och uttalade preferenser presenteras en regressionsanalys med olika oberoende variabler som karaktäriserar en festivalbesökare. Total budget är den beroende variabeln i regressionsanalysen och tolkas i uppsatsen som ekvivalent med besökarnas betalningsvilja. Analysen visar att män i genomsnitt spenderar 301 kronor mer än kvinnor, att turister i genomsnitt spenderar 1 124 kronor mer än en icke-turist samt att den genomsnittliga besökaren har en betalningsvilja på 4 183 kronor. Ett skattat konsumentöverskott har också värderats, vilket uppgick till 743 kronor per person och cirka 37 miljoner kronor totalt för de 50 000 festivalbesökarna. Uppsatsen tar inte hänsyn till de ekonomiska effekter som festivalen har på Borlänge som stad.

Nyckelord: Peace & Love, festival, betalningsvilja, uttalade preferenser, avslöjade preferenser, regression.

Abstract

In this thesis the willingness to pay among the visitors of peace & love-festival year 2011 is valued. With survey data based on revealed and stated preferences a regression analysis is presented with different independent variables that characterizes a festival visitor. Total budget is the dependent variable in the regression analysis and is, in this thesis, to be regarded as equivalent to visitors' willingness to pay. The analysis shows that men in general spend 301 SEK more than women, tourists in general spend 1 124 SEK more than non-tourists and that the average visitor has a willingness to pay valued to 4 183 SEK. A consumer surplus has also been valued, which amounted to 743 SEK per visitor and around 37 million SEK in total for all 50,000 visitors. This thesis does not take into account the economic effects the festival holds on the city of Borlänge.

Keywords: Peace & Love, festival, Willingness to pay, stated preferences, revealed preferences, regression.

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till vår kära handledare Anna Klerby som med humor och lätthet gav oss värdefull vägledning genom hela uppsatsen.

Vi vill även tacka Reza Mortazavi som varit till stor hjälp under våra nationalekonomiska studier.

Tack till Anna Klerby och Tobias Heldt som försåg oss med datamaterialet och därmed möjliggjorde denna uppsats.

Tack även till numera framlidne Carl-Gustav Melén som var den förste att introducera oss för nationalekonomi och bidrog starkt till vårt val av inriktning.

Slutligen vill vi passa på att tacka våra studiekamrater Magnus Jonsson, Björn Thorén, Christian Kaddik, Fredrik Bergqvist och Jesper Rosenberg för tre härliga år på Högskolan Dalarna med citatet:

”Fail to prepare, prepare to fail”

Hampus Dahlqvist & Tarek Laham

Borlänge 2016-05-24

Innehållsförteckning

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Inledning..... | 1 |
| 1.1 | Syfte | 2 |
| 1.2 | Avgränsning | 2 |
| 1.3 | Festivalen Peace & Love | 2 |
| 1.4 | Disposition | 3 |
| 2 | Litteraturöversikt | 3 |
| 3 | Teori | 5 |
| 3.1 | Betalningsvilja och alternativkostnad | 5 |
| 3.2 | Uttalade preferenser | 6 |
| 3.3 | Avslöjade preferenser | 6 |
| 3.4 | Brukarvärde och icke-brukarvärde | 7 |
| 3.5 | Inkomstskillnader mellan könen | 8 |
| 4 | Metod | 8 |
| 4.1 | Regressionsanalys | 9 |
| 5 | Beskrivning av data | 10 |
| 5.1 | Total budget för festivalbesöket..... | 10 |
| 5.2 | Besökarnas ålder och kön | 11 |
| 5.3 | Besökarnas boende under festivalen och turistandelen | 12 |
| 5.4 | Besökarnas nöjdhet med livet och levnadsstandard..... | 12 |
| 5.5 | Antal besök på festivalen | 14 |
| 5.6 | Besökarnas privatekonomi..... | 14 |
| 5.7 | Påverkan av alkohol..... | 15 |
| 6 | Resultat | 16 |
| 6.1 | Regressionsanalys med beroende variabeln total budget..... | 16 |
| 6.2 | Genomsnittlig betalningsvilja | 19 |
| 6.3 | Beräkning av konsumentöverskott..... | 19 |
| 7 | Diskussion och slutsats | 20 |
| 7.1 | Reliabilitet..... | 23 |
| 7.2 | Förslag till framtida forskning | 23 |

| | |
|--|-----------|
| Referenser | 24 |
| Bilaga 1. Enkät | 26 |
| Bilaga 2. Övriga enkätresultat | 30 |
| Transportkostnader | 30 |
| Ideellt arbete | 30 |
| Vilka dagar besöktes festivalen? | 30 |
| Besökarnas privata boendesituation | 30 |
| Beräkning av genomsnittsbesökarens betalningsvilja | 31 |
| Utbildning..... | 31 |
| Besökarnas hälsotillstånd | 31 |

1 Inledning

Svensk musik är på frammarsch. Den svenska musikbranschens totala intäkter har ökat med 1,6 miljarder kronor mellan åren 2009 och 2014. Intresset för livemusik fortsätter också att öka, vilket resulterat i fler konsertbesök och ökade biljettpriser. 2014 stod konsertintäkter för 51 procent av musikmarknadens totala intäkter (Musiksverige, 2015). Mellan dessa år växte festivalen Peace & Love fram till en av Sveriges största festivaler någonsin.

Festivaler har växt fram som ett av de vanligaste kulturella fenomenen med stor ekonomisk betydelse för värdstaden och bidrar även med socialt och psykiskt välmående för besökarna (Armbrecht & Lundberg, 2005). Med detta som grund ser vi ett intresse av att undersöka hur mycket besökare värderar ett festivalbesök genom att skatta betalningsviljan för Peace & Love-festivalen. Betalningsviljan kommer att vara det centrala begreppet i denna uppsats och används för att skatta den upplevda nyttan för festivalbesökarna.

För att uppskatta betalningsviljan används datamaterial från en enkätundersökning som genomfördes under festivalveckan 2011. Det är således betalningsviljan för 2011-års besökare som, med hjälp av en regressionsanalys, kommer analyseras. Resultatet kommer att visa besökarnas betalningsvilja för festivalen och kan förhoppningsvis ligga till grund för framtida uppskattningar gällande besökarnas betalningsviljor under festivalbesök eller andra typer av arrangemang. Resultatet behöver inte nödvändigtvis begränsas till just Peace & Love, utan det förefaller rimligt att resultatet kan användas som underlag för uppskattningar av liknande festivaler och event runt om i Sverige.

I denna uppsats görs antagandet att den totala budgeten som besökaren uppger i frågeformuläret är densamma som dennes totala betalningsvilja för att besöka Peace & Love-festivalen. Detta antagande gör det möjligt att skatta varje besökares betalningsvilja utifrån premisserna att varje krona som besökaren har spenderat i samband med festivalen ingår i besökarens samlade betalningsvilja för att möjliggöra festivalbesöket. Understrykas bör att total budget och betalningsvilja inte nödvändigtvis sammanfaller i realiteten. Besökaren kan exempelvis ha haft en högre betalningsvilja för biljetten än vad det fastställda biljettpriset var. Det finns dock ingen information om hur ett högre biljettpris hade påverkat besökarens totala budget. Om besökaren hade ökat sin totala budget med ökningen i biljettpriset eller om besökaren hade minskat sin konsumtion av andra varor och tjänster under besöket i relation

till ett högre biljettpris så att den totala budgeten trots allt blivit densamma, framkommer således inte. Andra exempel på tilläggsvärden som inte beaktats är besökarens skattning av festivalens existensvärde och optionsvärde. För att förenkla studiens genomförbarhet har därför detta antagande gjorts och fortsättningsvis tolkas således besökarnas totala budget som deras respektive betalningsviljor.

1.1 Syfte

Syftet med denna uppsats är att skatta betalningsviljan för besökarna på festivalen Peace & Love 2011. Uppsatsen avser undersöka hur betalningsviljorna skiljer sig åt med hänsyn till olika variabler som karaktäriserar en festivalbesökare.

1.2 Avgränsning

I denna uppsats skattas inte de ekonomiska effekterna Peace & Love har på Borlängeregionen som helhet. Regressionsanalysen är begränsad till åtta oberoende variabler som påverkande på total budget. Teorin bakom alternativkostnad kommer redogöras i kapitel tre, men eftersom nödvändig information saknas kommer ämnet inte behandlas i analysen.

1.3 Festivalen Peace & Love

Föreningen Peace & Love bildades 1999 och samma år hölls den första festivalen i en lokal nattklubb i Borlänge. Festivalbesökarna uppgick då till 900 personer. De nästföljande åren tre- och fyrdubblades festivalbesökarna som mest, fram till 2003 då Peace & Love lyckades locka 8 500 festivalbesökare. 2003-års upplaga av festivalen betraktas som ett genombrottsår. Förutom att Peace & Love fick en stor regional genomslagskraft började festivalen även att uppmärksammas nationellt. 2004 fortsatte festivalen att växa. 10 000 personer besökte festivalen som också utökades från två till tre dagar. Trots publika och mediala framgångar blev 2004-års upplaga av Peace & Love ett katastrofår, mycket på grund av en illa skött organisation och därtill ett ekonomiskt bakslag på närmare en miljon kronor. De nästkommande åren vände motgångarna till framgång och festivalen växte ytterligare med flera tusen besökare, fler artister och fler festivaldagar. Det skulle dock dröja till 2008 innan festivalen fick sitt stora genombrott med över 25 000 festivalbesökare och över 160 bokade

artister (Sundin, Stålberg & Heed, 2010). Men tillväxten stannade inte in där. 2011 och 2012 hade festivalen uppemot 50 000 festivalbesökare och Peace & Love kunde således stoltsera med att vara Sveriges största festival. Peace & Love gick sedermera ett oväntat öde till mötes när festivalen redan nästkommande år försattes i konkurs (Gailis, 2014).

Festivalen gick i konkurs efter att ha redovisat miljonförluster på grund av bland annat trög biljettförsäljning. En central förklaring till detta tros ha varit att en annan festivalgigant, Bråvalla festival, gjorde entré samma datum som Peace & Love. Bråvalla samlade en motsvarande publik som Peace & Love tidigare haft med över 50 000 sålda biljetter. 2014 var dock Peace & Love tillbaka, om än i mindre skala än tidigare succéår. 2014 hade festivalen cirka 2 500 besökare. 2015 hade siffran växt till 10 000 besökare. Peace & Love är med andra ord på uppgång igen.

1.4 Disposition

Uppsatsen är strukturerad enligt följande: kapitel två går igenom tidigare forskning som berör Peace & Love och andra festivaler. Kapitel tre behandlar det teoretiska ramverk som uppsatsen bygger på. Kapitel fyra redogör för de metoder som har använts. Kapitel fem behandlar enkätresultaten som besökarna har besvarat. I kapitel sex presenteras resultaten. I kapitel sju diskuteras slutligen dessa resultat med ett kritiskt förhållningssätt.

2 Litteraturöversikt

Det har gjorts en del studier inom ämnet tidigare. Här presenteras några av resultaten från tidigare arbeten som är relevanta inom detta ämne. Det refereras till sex studier, varav fyra är studier som berör Peace & Love-festivalen. De två andra berör festivalerna Saltsjöyran respektive Way Out West.

Heldt & Klerby (2011) presenterar i sin studie av Peace & Love 2010 på vilket sätt festivalen har en ekonomisk påverkan på Borlänge's lokala ekonomi. Resultatet påvisar att genomsnittsbesökaren spenderar 2 000 kronor i snitt, utöver festivalbiljett och transportkostnader till och

från festivalen. De undersöker också om festivalbesöket ökar besökarnas totala upplevda livskvalitet, något som dock inte omsätts i ett ekonomiskt värde. Den genomsnittliga festivalbesökaren året innan var en kvinna i åldern 17 till 18 år, var förstagångsbesökare, studerade på gymnasiet och hade köpt biljetten för egna pengar (Högskolan Dalarna, 2009). I rapporten refereras även till en annan studie som med hjälp av en pilotundersökning kom fram till att antalet turister i 2009-års upplaga av Peace & Love uppgick till 75 procent, då med turistdefinitionen att besökaren har en bostadsort mer än 10 mil från Borlänge (Ahlsén Gahns & Olsson, 2010).

Vidare presenterar Heldt & Olofsson (2011) i sin studie *Uppskattning av festivalens ekonomiska betydelse via segmenteringsansatsen* vilka ekonomiska effekter Peace & Love-festivalen hade på Borlängeregionen. De räknar om konsumtionseffekterna till antal årsverken som festivalen har skapat i Borlängeregionen. Författarna beskriver bland annat vilka konsumtionsmönster olika kategorier av besökare kan ha. Det redovisades bland annat motiv till varför besökarna kommer till festivalen, hur de reste till festivalen, var de bodde under festivalen, hur länge de besökte festivalen, hur många gånger de besökt festivalen samt hur konsumtionen skiljer sig mellan olika ålderskategorier, mellan kön och om besökarna är turister eller icke-turister. Resultatet visar att turister i genomsnitt spenderar 640 kronor mer än icke-turister och att män i genomsnitt spenderar 600 kronor mer än kvinnor. Den totala konsumtionen under festivalen uppskattades till 172 miljoner kronor.

Heldt & Mortazavi (2015) estimerade konsumentöverskottet på Peace & Love 2012 på två olika sätt, genom resekostnads-metoden och genom ett valexperiment där besökarna tillfrågades att välja mellan två olika hypotetiska format på Peace & Love-festivalen. Det första alternativet var en kortare festival med färre besökare samt lägre biljettpris, medan det andra alternativet var motsatsen, det vill säga en längre festival, med fler besökare samt ett högre biljettpris. Resultaten visade att besökarna tenderade att välja det första alternativet samt ett estimerat konsumentöverskott med resekostnads-metoden på mellan 27 och 89 miljoner kronor.

Janis Gailis (2014) estimerade konsumentöverskottet på Peace & Love 2012 med hjälp av resekostnads-metoden i sin magisteruppsats *A Consumer Surplus Estimate of Peace & Love*

festival in Borlänge. Resultatet visade ett konsumentöverskott på 35,6 miljoner kronor med ett konfidensintervall mellan 17,9 och 53,2 miljoner kronor. Något lägre än konfidensintervallet som Heldt & Mortazavi (2015) presenterade och med mindre spridning.

John Armbrecht & Erik Lundberg (2005) undersökte i magisteruppsatsen *From Quality to Expenditures - A Case Study of Storsjöyran Music Festival, Sweden*, betalningsviljan hos festivalbesökarna genom empirisk datainsamling. Resultatet visade att medelvärdet på det maximala belopp som festivalbesökarna kan tänkas spendera i samband med festivalen, från ögonblicket de lämnar sitt hem tills de återkommer hem, var 2000 kronor.

Tommy D. Andersson, John Armbrecht & Erik Lundberg (2012) publicerade arbetet *Estimating Use and Non-use Values of a Music Festival* där författarna undersökte direkt och indirekt brukarvärde av 2010-års upplaga av musikfestivalen Way Out West. Författarna kom bland annat fram till att festivalen genererar ett direkt brukarvärde på 7,3 miljoner euro, motsvarande cirka 69 miljoner kronor i dåvarande valutakurs. Besökarantalet uppskattades till runt 25 000, vilket ger ett direkt brukarvärde för varje besökare på cirka 2 800 kronor.

3 Teori

Nedan följer en beskrivning på det teoretiska ramverk som arbetet bygger på. Fokus i arbetet kommer att ligga på betalningsviljan genom uttalade preferenser och avslöjade preferenser.

3.1 Betalningsvilja och alternativkostnad

Betalningsvilja beskriver hur mycket individer är villiga att betala för en viss vara eller tjänst, och den summerade betalningsviljan benämns vanligtvis som *nyttan* i ekonomiska termer. Konsumenten ger alltså uttryck för sina preferenser genom att värdera varor och tjänster utifrån sin betalningsvilja. Boardman et al. (2014) beskriver ämnet följande:

”Nyttan är summan av det maximala belopp som folk är villiga att betala för att tillskansa sig utfall som betraktas som önskvärda” (s.31).

Med vetskap om konsumentens betalningsvilja kan ett konsumentöverskott skattas. Enligt

Varian (2006) definieras konsumentöverskottet som betalningsviljan minus det konsumenten faktiskt betalar för produkten.

Alternativkostnaden hänger ihop med betalningsviljan eftersom alternativkostnaden betraktas som värdet på det näst bästa alternativet, med andra ord, värdet som individen måste ge upp för att göra vad denne hellre vill (Boardman et al., 2014). Ett exempel är att en timmes fritid värderas till ett värde av den lönen förvärvsarbete den timmen hade gett istället. Ekonomi handlar i hög grad om välja mellan olika alternativ, vilket i praktiken innebär att konsumenten måste avstå något för att erhålla något denne hellre vill ha. Därför brukar man inom ekonomin säga att allt har en alternativkostnad (Eklund, 2007). Alternativkostnaden blir relevant att ha i åtanke eftersom besökarna enligt gällande teori valt bort någonting till förmån för festivalen, men eftersom det inte finns någon information om besökarnas alternativkostnad kommer inte ämnet beröras djupare.

3.2 Uttalade preferenser

Uttalade preferenser (stated preferences), kan beskrivas som en samling metoder som använder sig av individers uttalade preferenser för att uppskatta betalningsvilja. Dessa metoder kräver vanligtvis syftes-designade enkäter för datainsamling och är ofta utformade med givna svarsalternativ, vilket gör dem förhållandevis lätta att kontrollera. Det ställer dock höga krav på att dessa är kvalitativt utformade, med frågor som är ställda i realistisk kontext. För att reliabiliteten ska vara så hög som möjligt är det exempelvis viktigt att respondenten inte på något sätt är "rättad" över de eventuella missuppfattningar denne må ha om ämnet i fråga. Respondenten får inte heller vara påverkad av någon typ av extern stimuli som på något sätt påverkar denne att uppge ett svar som denne annars inte hade gjort (Kroes & Sheldon, 1988).

3.3 Avslöjade preferenser

Avslöjade preferenser (revealed preferences) är som namnet antyder baserat på de observerade beteenden som folk "avslöjar" utan att behöva bli frågade (Boardman et al., 2014). Man skiljer mellan *avslöjade preferenser* och *normativa preferenser*, där det förstnämnda är baserat på de smaker som rationaliseras av en konsuments observerade beteenden medan det sistnämnda avser konsumentens *faktiska* intresse. I vissa situationer

utgår man ifrån att de är identiska, men ofta är detta antagande felaktigt eftersom konsumenten kan agera på ett sätt som inte ligger i dennes faktiska intresse (Beshears et al., 2008). Utgångspunkten för teorin om avslöjade preferenser är enligt Robert W. Grubbström (1997) "... observationer av konsumentens (köparens) beteende, när priserna är givna" (s.61).

3.4 Brukarvärde och icke-brukarvärde

Det individuella värdet som besökaren upplever, exempelvis känslan av tillfredsställelse och välbehag, kallas för brukarvärde och uppstår i samband med att besökaren tar del av det som kulturen har att erbjuda, exempelvis en festival. Brukarvärdet delas vanligtvis in i *direkt brukarvärde* eller *indirekt brukarvärde*. Lindeborg & Lindkvist (2010) förklarar dessa två värden enligt följande:

Brukandet av kultur skapar ett direkt brukarvärde för besökaren. Värdet kan exempelvis vara lycka över att ha sett en intressant teaterpjäs, välbehag eftersom föreställningen fått en individ på andra tankar och gett henne avkoppling efter en arbetsdag m.m. Olika föreställningar skapar olika värden för olika individer. Till brukarvärdet räknas också indirekt brukarvärde som genereras av upplevelser som inte direkt har med konsten att göra. Det kan exempelvis vara tillfredsställelse över att ha fått spendera en kväll med nära och kära, i samband med en föreställning eller utställning, eller en identitetsstärkande känsla av att träffa människor och synas i kulturella sammanhang (s.150).

Det finns även värden som är mindre självklara och närmast kan beskrivas som altruistiska värden. Dessa tillhör kategorin icke-brukarvärden. Man brukar prata om begreppen *arvedel*, *existensvärde* och *optionsvärde*. Arvedel avser ett värde av att bevara den kulturella tillgången så att den kan upplevas av kommande generationer. Existensvärde uppstår när människor upplever särskilda kulturella resurser som värdefulla både för sig själva och för samhället, även om de inte utnyttjar resurserna själva. Optionsvärde kan definieras som en önskan att bevara den kulturella resursen för att någon gång i framtiden ta del av den (Lindeborg & Lindkvist, 2010). Förutom att medborgare kan uppleva en känsla av stolthet över att en festival äger rum i deras stad menar Snowball (2008) att festivaler även är ett sätt för städer att stärka sin profil och differentiera sig från andra områden i en konkurrerande marknad för turism.

3.5 Inkomstskillnader mellan könen

Att jämföra ekonomiska kalkyler med hänsyn till kön är vanligt inom nationalekonomin, kanske främst med anledning av att den makroekonomiska forskningen visat att ekonomiska skillnader mellan män och kvinnor kan ha betydelsefulla konsekvenser för effekterna av ekonomisk politik (Boschini et al., 2005). Enligt en årsrapport från Medlingsinstitutet (2014) hade kvinnor i genomsnitt cirka 87 procent av mäns löner år 2014, vilket med andra ord innebär att löneskillnaden mellan könen var 13 procent. En stor del av löneskillnaderna förklaras dock av det faktum att män och kvinnor arbetar inom olika yrken med olika lönenivåer. Men hjälp av standardvägning, som är en statistisk metod som tar hänsyn till skillnader i yrke, sektor, utbildning, ålder och arbetstid, var skillnaden i årsinkomst mellan könen 5 procent. Detta torde leda till att kvinnor kommer uppvisa en mindre genomsnittlig betalningsvilja i förhållande till männen.

3.6 Vem är turist?

En person definieras som turist om denne besöker en destination utanför dennes hemort, för syften såsom nöjen eller fritidsaktiviteter, utan att ha som mål att få anställning i det besökta området. Besökaren klassificeras också som turist om dennes resa inkluderar övernattning (United Nations, 2008). Reisinger (2009) definierar en turist som en tillfällig besökare som befinner sig i ett område i minst 24 timmar i fritidssyfte.

I denna uppsats definieras festivalbesökaren, med stöd av ovanstående teori, som turist om denne kommer från en ort utanför Borlänge samt övernattar på boende som inte är dennes hem. För att betraktas som turist ska besökaren uppfylla båda förutsättningarna.

4 Metod

Datamaterialet utgår ifrån en enkätundersökning gjord på Peace & Love 2011 av Heldt & Klerby. Enkäten inleds med att respondenterna besvarar frågor om bland annat deras kön, ålder, utbildningsnivå samt deras upplevda hälsa. Den andra delen berör respondenternas festivalekonomi med frågor om olika sorters utgifter under festivalen såsom transportsätt till festivalen samt respondenternas årsinkomster. Enkäten avslutas med två valfrågor där

respondenterna får välja mellan två olika festivaler med skillnader i biljettpris, längd på festivalen samt antalet besökare. Denna sista del kommer inte analyseras i den här uppsatsen. Enkäten i sin helhet finns under bilaga 1.

I den här uppsatsen används enkätsvaren på frågan vad respondenternas totala budget för festivalbesöket är och tolka svaren som deras respektive betalningsviljor. Total budget tolkas således som ett uttryck för det maximala belopp besökarna är villiga att betala för att gå på festivalen. Denna betalningsvilja kommer sedan att jämföras och diskuteras med ett flertal variabler som karaktäriserar festivalbesökarna.

4.1 Regressionsanalys

När kvantitativ data analyseras i form av ett urval, är en regressionsanalys användbar för att få fram en funktion som beskriver hur den beroende variabeln kan förklaras med de oberoende variablerna. Metoden som används är en multipel linjär regression. Detta för att ge utrymme att förklara en funktion med två eller flera oberoende variabler, exempelvis kön och ålder. Vid regressionsanalysen erhålls en rak regressionslinje mellan observationerna enligt minstakvadratmetoden, det vill säga där avståndet mellan varje observation och regressionslinjen ska vara så liten som möjlig. Vid hypotestester är det också standard att ta hänsyn till det så kallade p-värdet (probability value) för att bekräfta eller avvisa en variabels påverkan på den beroende variabeln i ett givet konfidensintervall. Konfidensgraden, som mäts i procent, anger med hur stor sannolikhet det verkliga värdet befinner sig innanför konfidensintervallet (Hill et al., 2012).

Hill et al. (2012) beskriver vidare att antaganden som görs vid multipel linjär regression är att standardfelen ska ha väntevärdet 0 och att dessa har konstant varians för att undvika heteroskedastisitet. Standardfelen ska även vara oberoende och normalfördelade. För att testa om värdena är heteroskedastiska kan ett Breusch-Pagan test utföras. Visar testet att heteroskedastisitet förekommer bör robusta standardfel användas i modellen.

Ett annat viktigt värde att ta hänsyn till i en regressionsanalys är R^2 -värdet. R^2 -värdet beskriver modellens förklaringsgrad, det vill säga hur stor andel av variationen i den beroende variabeln som kan förklaras av modellens oberoende variabler. R^2 -värdet kan anta ett värde mellan 0 och 1. Ett lågt R^2 -värde behöver inte nödvändigtvis vara dåligt eftersom man med ett

lågt p-värde ändå kan dra viktiga slutsatser om sambandet mellan enskilda variabler och den beroende variabeln (Frost, 2013). Vidare konstaterar författaren att när mänskligt beteende undersöks så kan man förvänta sig ett R^2 -värde under 50 procent. Förklaringen till detta är att mänskligt beteende är svårare att förutse än fysiska processer såsom laboratorieexperiment.

5 Beskrivning av data

Här redogörs deskriptivt enkätdata som är relevant för syftet med denna uppsats. Resterande resultat som inte är relevanta för den kommande analysen men ändå ger en övergripande och förklarande bild av festivalbesökarna presenteras under bilaga 2.

5.1 Total budget för festivalbesöket

Den primära frågan för att besvara syftet med denna uppsats är frågan om respondenternas totala budget för besöket på Peace & Love, vilket inkluderar alla omkostnader såsom resa till och från festivalen, boende, mat etc. Det är som tidigare nämnts denna fråga som kommer att utgöra den beroende variabeln i analysen. Totalt besvarades frågan av 966 respondenter. Medelvärdet av dessa svar var 2 977 kronor, där det lägsta värdet var 0 kronor och det högsta 20 000 kronor. Understrykas bör att dessa svar är besökarnas uppskattningar av deras totala budget på festivalen. Det "sanna" värdet kan både ligga över eller under det belopp som respondenterna angav.

32 respondenter angav att de inte hade betalat biljetten själva men hade trots detta angett vad biljetten kostade. Frågan var att de skulle ange hur mycket de själva hade betalat för biljetten. Därför har dessa respondenters svar ändrats till noll kronor i biljettkostnad. Det fanns även 79 respondenter som betalade biljetten själva men som uppgav att deras biljett kostade mer än deras totala budget för festivalbesöket. Utifrån detta antas det att respondenterna har tolkat frågan om total budget fel och angett den budget de har utöver vad de har betalat för biljetten och därför har biljettkostnaden adderats på deras totala budget. I samtliga 79 fall där detta gjordes blev summan av den totala budgeten väldigt lika de andra respondenternas svar på frågan och därför dras slutsatsen att frågan har missuppfattats.

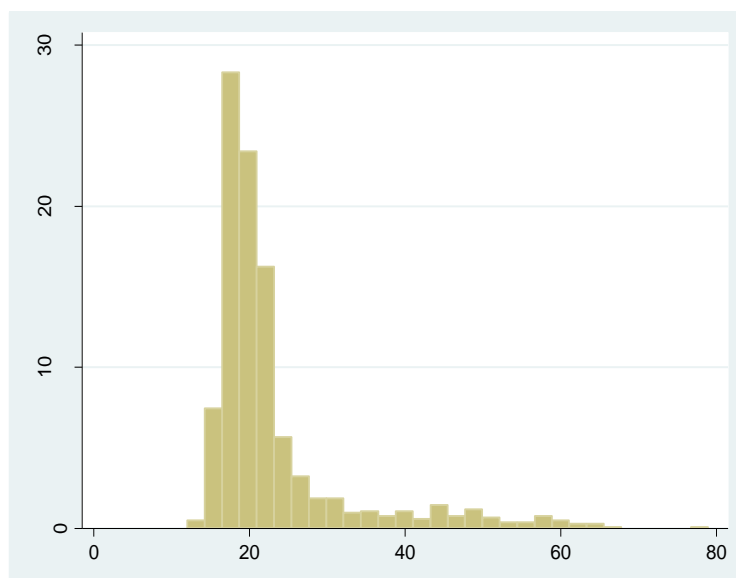
Medelvärdet för vad respondenterna hade betalat för biljetten var 1 329 kronor. Detta är dock missvisande då 269 stycken, motsvarande 27 procent, inte hade betalat för biljetten själva och

därför angett 0 kronor i biljettkostnad. Utesluts de som inte hade betalat biljetten för egna pengar blir medelvärdet 1 804 kronor.

Medelvärdet för besökarnas boendekostnader var 145 kronor. Det lägsta värdet var 0 kronor och det högsta 10 000 kronor. 826 personer, 83 procent, angav att de hade 0 kronor i boendekostnader och bodde alltså på campingen, hos släkt/vänner eller hemma. Informationen under figur 2 anger att det är totalt 94 procent som bodde på dessa sätt. Skillnaden mellan dessa två resultat kan till exempel bero på att vissa av respondenterna fått betala för att bo hos en vän.

5.2 Besökarnas ålder och kön

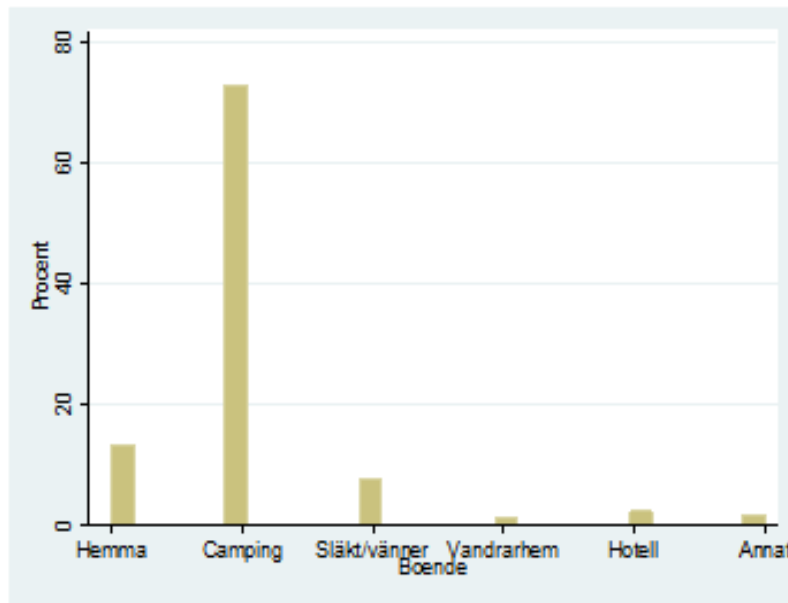
Enkäten besvarades av 1 036 respondenter varav 58 procent var kvinnor och 42 procent män. 25 respondenter valde att inte svara på denna fråga. Medelåldern på respondenterna var 23 år där den yngsta var 12 år och den äldsta 79 år. Medianåldern var 20 år. Som figur 1 visar ger enkätsvaren ett väldigt centrerat resultat i den lägre delen av skalan, där närmare 53 procent är i åldern 17 till 22.



Figur 1. Respondenternas ålder

5.3 Besökarnas boende under festivalen och turistandelen

Som figur 2 visar så bodde 13 procent av festivalbesökarna hemma, 73 procent på festivalcampingen, 8 procent hos vänner/släktingar, 2 procent på vandrarhem, 3 procent på hotell och 2 procent har svarat annat. Vanliga förekommande svar under alternativet ”annat” var bil, stuga, husvagn, annan camping samt lägenhet.



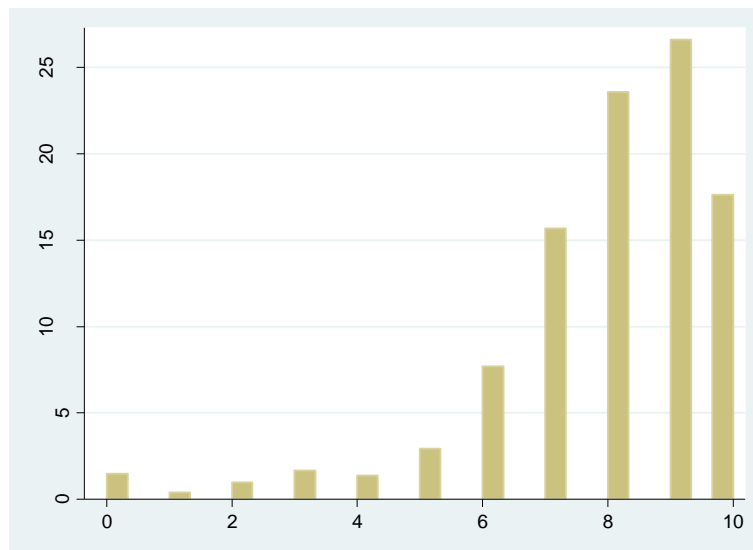
Figur 2. Besökarnas boende på festivalen.

Som tidigare nämnts har en turist definierats som en person som kommer från en ort utanför Borlänge och som under festivalveckan bor på annat boende än hemma. Utifrån enkätdata så har 13 procent av respondenterna uppgett att de sover hemma och utöver dessa är det 1 procent av respondenterna som uppgett att de har Borlänge som hemstad men att de sover någon annanstans än i sitt hem. Detta ger oss en icke-turist kvot på 14 procent.

5.4 Besökarnas nöjdhet med livet och levnadsstandard

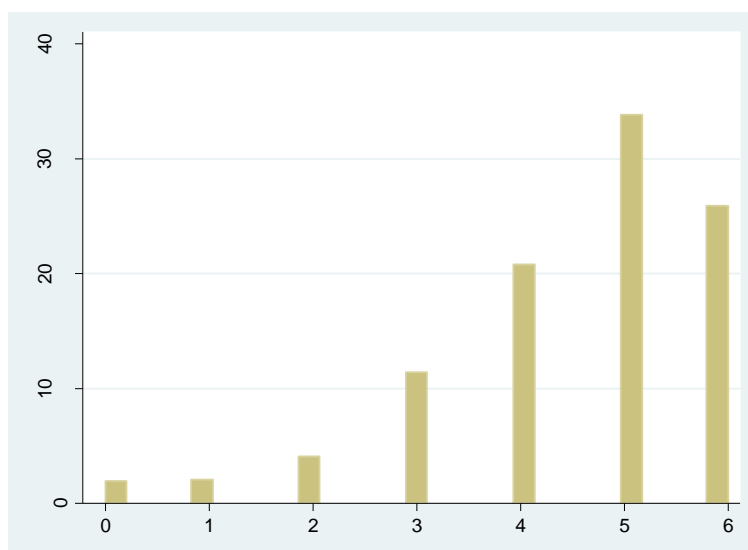
På frågan ”Hur nöjd eller missnöjd är du med ditt liv i stort på en skala 0-10?” var det en övervikt mot den övre delen av skalan. 27 procent av respondenterna angav 9 på den 10-gradiga skalan vilket kan utläsas av figur 3. Medelvärdet var 8 och även medianen var 8. Det finns skäl att förhålla sig aningen kritisk till resultatet eftersom rusdrycker möjligtvis kan

spelat en avgörande roll för många respondenter och påverkat deras tillfälliga sinnesstämning något positivt.



Figur 3. Besökarnas upplevda livskvalitet

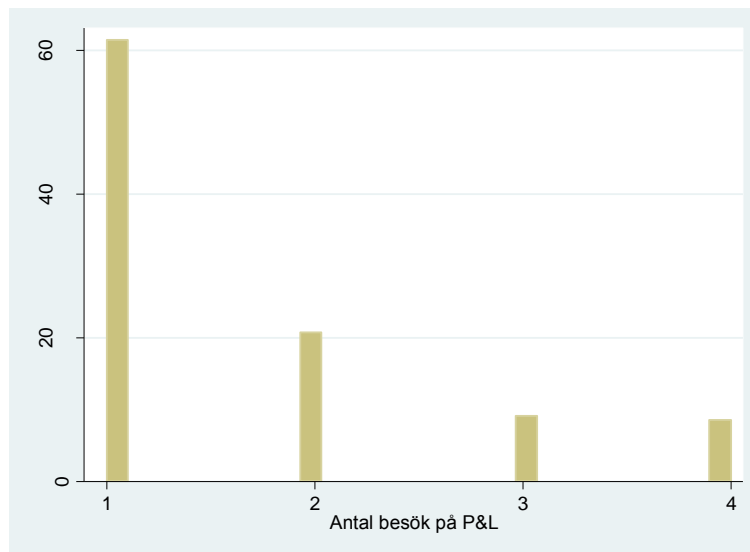
Respondenterna fick även ange i vilket grad de höll med om påståendet ”Min levnadsstandard är tillfredsställande” i en skala från noll till sex, där noll benämndes som ”inte alls” och sex benämndes som ”mycket”. Resultatet sammanfattas i figur 4. De två vanligaste svaren var en femma eller en sexa med 34 procent respektive 26 procent. Medelvärde på påståendet var 4,5 och medianen 5.



Figur 4. ”Min levnadsstandard är tillfredsställande”.

5.5 Antal besök på festivalen

Hur många gånger respondenterna har besökt festivalen är också intressant. Från figur 5 kan utläsas att 61 procent av respondenterna var förstagsbesökare, 21 procent var andragångsbesökare, 9 procent besökte festivalen för tredje gången samt att 8 procent besökte festivalen för fjärde gången.



Figur 5. Antal besök på festivalen.

5.6 Besökarnas privatekonomi

Respondenterna ombads även att uppskatta sin årsinkomst före skatt där de sedan delades in i sju olika kategorier. Inkomstkategorierna har fördelats efter kön för att se om det finns någon skillnad mellan årsinkomsterna för män och kvinnor. Som tabell 1 visar så befinner sig majoriteten av kvinnorna i någon utav de två lägsta kategorierna medan männens fördelning är mer utspridd över samtliga årsinkomster, dock med en lite större andel i de två lägsta kategorierna även där. Den större fördelningen i de två lägsta kategorierna förefaller logiskt då den största delen av respondenterna i enkäten är mellan 17 och 23 år, och är därmed troligtvis studerande.

Av de 1 036 respondenterna var det 808 som svarade på denna fråga. 228 respondenter svarade inte på frågan eller valde alternativet ”vet ej/ vill ej uppge”. På grund av detta är deras

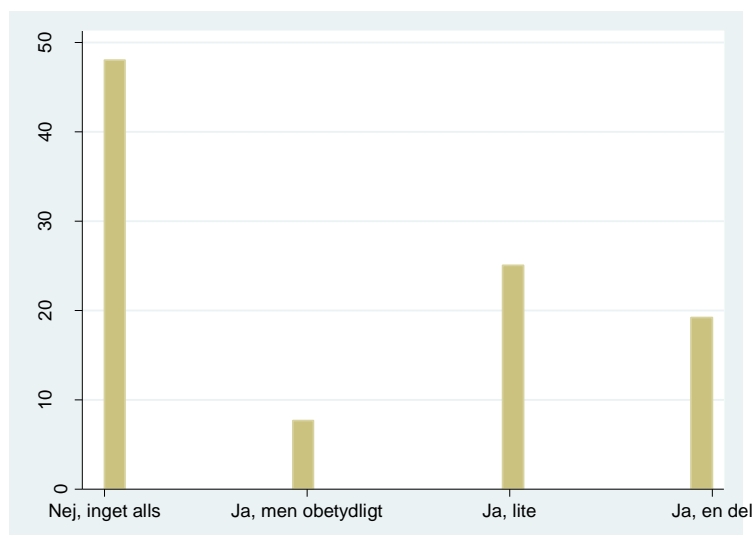
svar inte medräknade i resultatet.

Tabell 1. Könsfördelade årsinkomster

| Inkomstkategori | procent män | Procent kvinnor |
|---------------------------------|-------------|-----------------|
| < 12 000kr/månadspeng/studieb. | 21 | 35 |
| 12 000 kronor – 49 999 kronor | 21 | 28 |
| 50 000 kronor – 99 999 kronor | 10 | 10 |
| 100 000 kronor – 199 999 kronor | 12 | 8 |
| 200 000 kronor – 299 999 kronor | 13 | 9 |
| 300 000 kronor – 399 999 kronor | 12 | 7 |
| 400 000 kronor eller över | 10 | 2 |
| Totalt antal män och kvinnor | 426 st. | 585 st. |

5.7 Påverkan av alkohol

Respondenterna tillfrågades också om de hade druckit alkohol innan enkäten besvarades. Svaren visar att 19 procent angav det högsta alternativet ”Ja, en del”, vilket kan komma att påverka reliabiliteten på materialet. Fördelningen av dessa svar visas i figur 6.



Figur 6. Har du druckit alkohol idag?

Medelvärdena på respondenternas totala budget baserat på ovanstående svarsalternativ skiljer sig med 1 000 kronor mellan det lägsta och högsta alternativet. De respondenter som angav ”Nej, inget alls” hade ett medelvärde av total budget på 2 700 kronor. De som angav ”Ja, men obetydligt” hade ett medelvärde på 3 000 kronor medan alternativen ”Ja, lite” och ”ja, en del” hade medelvärden på 3 800 kronor samt 3 700 kronor.

6 Resultat

I denna del analyseras de förklaringsfaktorer som kan påverka betalningsviljan för festivalbesöket genom en regression. Då enkäten genomförts mitt under festivalbesöket bör de värden som respondenterna uppger motsvara både avslöjade preferenser och uttalade preferenser. Utgifter kan betraktas som ”avslöjade” då de är faktiska utgifter som redan har betalats, till exempel biljettpris, och betraktas följaktligen som avslöjade preferenser. De utgifter som tillkommer besökaren allteftersom festivalen pågår, och som besökaren vid undersökningstidpunkten måste uppskatta, betraktas som uttalade preferenser. Detta eftersom det verkliga värdet av de samlade utgifterna för festivalen kan bestämmas först i samband med de faktiska transaktionerna som återstår.

Vad som betraktas som avslöjade preferenser eller uttalade preferenser skiljer sig också åt mellan enkäterna eftersom de respondenter som svarade på lördagen kan antas ha precisare siffror på sina utgifter än de respondenter som svarade tidigare under festivaldagarna. Detta kommer det dock inte att tas hänsyn till i denna analys. Det kommer även att beräknas en genomsnittlig betalningsvilja samt ett uppskattat konsumentöverskott för besökarna på festivalen.

Det har genomförts ett Breusch-Pagan test för att testa om heteroskedastisitet förekommer. Resultatet visade ett chi²-värde på 286 och ett p-värde på 0,00. Till följd av detta förkastas nollhypotesen att variansen är konstant och därför används robusta standardfel i regressionen.

6.1 Regressionsanalys med beroende variabeln total budget

Följande ekvation har konstruerats för betalningsviljan för festivalen med *total budget* som beroende variabel:

$$TotBudget_i = \beta_1 + \beta_2 Female_i + \beta_3 Payself_i + \beta_4 NRvisitPL_i + \beta_5 Age_i + \beta_6 Inccat_i + \beta_7 Tourist_i + \beta_8 Lifetok_i + \beta_9 Alctoday_i + e_i \quad (1)$$

Ovanstående variabelnamn förklaras enligt följande;

- *Totbudget* = Betalningsviljan för besökarna
- *Female* = 1 om besökaren är en kvinna, 0 om det är en man.
- *Payself* = 1 om besökaren inte har betalat för biljetten själv, 0 om besökaren har betalat biljetten själv.
- *NRvisitPL* = Antal gånger besökaren har besökt festivalen.
- *Age* = Besökarens ålder.
- *Inccat* = Besökarens inkomstkategori där 1 är ”upp till 12 000 kronor/månadspeng/-studiebidrag” och ökandes upp till 7, ”400 000 kronor eller mer”.
- *Tourist* = 1 om besökaren är turist, 0 om besökaren är en icke-turist.
- *Lifetok* = I vilken grad besökaren håller med om påståendet ”min levnadsstandard är tillfredsställande” på en skala från 1 till 6.
- *Alctoday* = Hur mycket alkohol respondenterna druckit under dagen där 1 är ”Inget alls”, 2 är ”Ja, men obetydligt”, 3 är ”ja, lite” och 4 är ”Ja, en del”.

Regressionsresultatet presenteras i tabell 2 och visar att en kvinna i genomsnitt har 301 kronor mindre i total budget än en man, med ett konfidensintervall mellan minus 659 kronor och 57 kronor, och är statistiskt säkerhetsställd på 10-procentsnivån. Variabeln som visar om besökarna har betalat för sin biljett själv finns med eftersom den beroende variabeln total budget även innefattar hur mycket besökarna betalade för sin festivalbiljett. Regressionen visar att en besökare som inte har betalat sin biljett själv i genomsnitt har 1 375 kronor mindre i total budget än en besökare som betalade för biljetten själv och med ett konfidensintervall mellan minus 1 721 kronor och minus 1 029 kronor (p-värde = 0,00).

Regressionen visar att för varje tidigare besök på festivalen som besökaren har gjort så minskar betalningsviljan med i genomsnitt 53 kronor med ett konfidensintervall mellan minus 214 kronor och 108 kronor. Detta är dock inte statistiskt säkerhetsställt då ett p-värde på 0,52 gör att det inte med säkerhet kan konstateras att variabeln har en påverkan på besökarnas betalningsvilja.

Vidare så visar regressionen att för varje år äldre en besökare är så minskar den totala budgeten med i genomsnitt 24 kronor med ett konfidensintervall mellan minus 48 kronor och 0 kronor (p-värde = 0,05). Som väntat har en högre årsinkomst också positiv påverkan på den totala budgeten. För varje högre inkomstkategori besökarna tillhör (se tabell 1) ökar den totala budgeten med 209 kronor i genomsnitt med ett konfidensintervall mellan 88 kronor och 330 kronor (p-värde = 0,00).

Variabeln tillfredsställande levnadsstandard togs med i regressionen eftersom det avses undersökas om en person som upplever sig ha en tillfredsställande levnadsstandard har en lägre betalningsvilja än en person som inte upplever sig ha det. Detta på grund av idén om att en sådan person redan känner sig lycklig och har inte samma behov av att ”köpa sig lycka”. Regressionen visar att för varje steg högre besökarna angav på den sex-gradiga skalan så minskar betalningsviljan med i genomsnitt 79 kronor och med ett konfidensintervall mellan minus 221 kronor och 64 kronor. P-värdet på denna variabel är dock 0,28 vilket innebär att nollhypotesen ”variabeln har ingen påverkan på total budget” inte kan förkastas. Resultatet visar även att en turist i genomsnitt har 1 124 kronor högre betalningsvilja än en icke-turist med konfidensintervallet 726 kronor och 1524 kronor (p-värde = 0,00).

Den sista variabeln i regressionen handlar om respondenternas alkoholkonsumtion under dagen. Resultatet visar att för varje steg högre respondenterna angett ökar den totala budgeten med 195 kronor med ett konfidensintervall mellan 69 kronor och 321 kronor (p-värde = 0,00). Konstanten i regressionen är 2 970 kronor.

Tabell 2. Regressionsanalys med beroende variabeln total budget

| Totbudget | Koefficient | Robusta std.fel | P-värde | 95% konf. Intervall | |
|---------------------------|-------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------|
| Female | -301 | 182 | 0,1 | -659 | 57 |
| Payself | -1375 | 176 | 0,00 | -1721 | -1029 |
| NRvisitPL | -53 | 82 | -0,52 | -214 | 108 |
| Age | -24 | 12 | 0,05 | -48 | 0 |
| Inccat | 209 | 61 | 0,00 | 88 | 330 |
| Tourist | 1124 | 203 | 0,00 | 726 | 1524 |
| Lifetok | -79 | 73 | 0,28 | -221 | 64 |
| Alctoday | 195 | 64 | 0,00 | 69 | 321 |
| Konstant | 2970 | 564 | 0,00 | 1863 | 4077 |
| Antal observationer = 698 | | | F-värde = 31 | R ² = 0,16 | |

Funktionen som beskriver betalningsviljan för Peace & Love ser således ut enligt följande:

$$\begin{aligned} TotBudget_i = & 2970 - 301Female_i - 1375Payself_i - 53Age_i + 209Inccat_i \\ & + 1124Tourist_i + 195Alctoday_i \end{aligned} \quad (2)$$

6.2 Genomsnittlig betalningsvilja

För att kunna dra paralleller till den totala betalningsviljan från tidigare forskning så beräknas ett genomsnitt på betalningsviljan för besökarna på festivalen. Detta har gjorts genom att använda kriterierna för genomsnittsbesökaren från Högskolan Dalarnas marknadsundersökning år 2009. Resultatet från marknadsundersökningen visar att genomsnittsbesökaren var en 18-årig kvinna som var förstagångsbesökare och hade betalt för biljetten själv. Utöver detta har det tagits ett genomsnitt av värdena på de övriga oberoende variablerna i regressionen för att sedan använda i beräkningen. Dessa genomsnittsberäkningar visar att besökaren befinner sig i inkomstkategori tre, ”50 000 kronor – 99 999 kronor”, att besökaren är turist, angav 4,5 på påståendet ”min levnadsstandard är tillfredställande” samt inte har druckit alkohol när enkäten besvarades.

Denna genomsnittliga betalningsvilja beräknas med hjälp av ekvation (2) och ger oss ett värde på betalningsviljan för genomsnittsbesökaren på 4 183 kronor (se bilaga 2).

6.3 Beräkning av konsumentöverskott

För att beräkna konsumentöverskottet behöver betalningsviljan uppskattas samt vad den egentliga konsumtionen landade på. Heldt & Olofsson (2011) skattade den totala konsumtionen under festivalveckan till cirka 172 miljoner kronor, vilket i genomsnitt blir 3 440 kronor per person. Den genomsnittliga betalningsviljan som skattades under föregående rubrik uppgick till 4 183 kronor per person.

Dras den genomsnittliga konsumtionen av från den skattade betalningsviljan erhålls ett konsumentöverskott på 743 kronor per person. Multipliceras detta med de 50 000 festivalbesökarna ges ett totalt konsumentöverskott på cirka 37 miljoner kronor. Detta konsumentöverskott tar inte hänsyn till de eventuella icke-brukarvärden som besökarna kan tänkas ha, eftersom enkätundersökningen inte innefattade frågor av den arten.

7 Diskussion och slutsats

Syftet med uppsatsen var att skatta betalningsviljan för Peace & Love-festivalen 2011 och gjordes med anledning av den ökade populariteten för festivaler under senare år.

Genom en regressionsanalys av data från en enkätundersökning som genomfördes under Peace & Love-festivalen 2011 har betalningsviljan för festivalbesökarna skattats.

Analysen visar att alla oberoende variabler utom livstillfredsställelse och antal tidigare festivalbesök har en signifikant påverkan på betalningsviljan för besökarna på Peace & Love 2011. Resultatet visar att betalningsviljan sjunker om besökaren är kvinna, desto äldre besökaren är samt att den stiger ju högre årsinkomst de har och om besökaren är turist. Att män har en högre betalningsvilja än kvinnor styrks av tidigare forskning där författarna utgått från segmenteringsansatsen och fått fram en könsmässig skillnad i konsumtion på 600 kronor (Heldt & Olofsson, 2011). Detta beror förmodligen på de inkomstskillnader som finns mellan könen där 63 procent av kvinnorna och 42 procent av männen befann sig i någon av de två lägsta inkomstkategorierna (se tabell 1).

Att regressionen visar på ett negativt samband mellan betalningsviljan och ålder är något överraskande. Förväntningarna var att en äldre besökare skulle ha en högre årsinkomst och därför ha en högre betalningsvilja. Regressionen visar dock att betalningsviljan minskar med 24 kronor för varje år äldre en besökare är. En möjlig anledning till detta kan vara att en äldre person är mer försiktig med sina pengar då de troligtvis har större utgifter i sina privatliv.

Den största skillnaden mellan detta arbete och studien av Heldt & Olofsson (2011) är att en annan turistdefinition använts. Författarna använde definitionen att en turist är en person som bor minst 10 mil bort från festivalorten och kom med den beräkningsgrunden fram till att en turist hade en betalningsvilja som var 640 kronor högre än en icke-turist. I denna uppsats används den internationella turistdefinitionen och slutsatsen är att en turist i genomsnitt har 1 124 kronor mer i betalningsvilja, vilket därmed nästan är en dubblering.

Ur ett vinstmaximeringsperspektiv så bör Peace & Love marknadsföra sig starkast mot unga manliga turister eftersom denna målgrupp spenderar mer pengar än andra grupper, i genomsnitt 1 124 kronor mer. Genomsnittsresekostnaden för en turist var 429 kronor (se bilaga 2) och dras denna kostnad av blir slutsatsen att en turist i genomsnitt spenderar 695

kronor mer under festivalen än en icke-turist. Dock finns det en viss osäkerhet då det inte framkommer hur stor del av turisternas budget som spenderats inom respektive utanför festivalområdet. Av samma anledning kan inte den ekonomiska påverkan festivalen har på Borlänge som stad preciseras, men som självfallet finns då den största andelen besökare är turister. Som väntat spenderar även besökare med högre inkomster mer än besökare med lägre inkomster, vilket förefaller logiskt. Utifrån detta kan fastställas att en person med lägre inkomst kommer att vara villig att lägga en större *procentuell* andel av sin inkomst på festivalbesöket.

Den genomsnittliga betalningsviljan för Peace & Love 2011 blev enligt ekvation (2) 4 183 kronor. Detta är ett högre värde än det som Andersson, Armbrecht & Lundberg (2012) presenterade för Way Out West-festivalen, vilket låg på 2 800 kronor. Detta kan givetvis förklaras genom att det är två olika festivaler som är långt ifrån identiska. Faktum kvarstår dock att båda festivalerna har samma fokus på musik och har artister som främsta produkt. Att betalningsviljan för Way Out West-festivalen förefaller lägre enligt dessa resultat kan även bero på att detta är en storstadsfestival. Det finns därmed anledning att förmoda att antalet turister är lägre samt att boendekostnaderna för besökarna blir lägre eftersom fler av besökarna har sitt hem i staden.

Uppskattningen av konsumentöverskottet under festivalveckan var 37 miljoner kronor. Detta kan jämföras med de två andra konsumentöverskotten från festivalen år 2012 som presenteras i litteraturöversikten. Heldt & Mortazavi (2015) uppskattade konsumentöverskottet till mellan 27 och 89 miljoner, vilket i genomsnitt är högre än det resultat denna studie presenterar. Gailis (2014) uppskattade ett konsumentöverskott för festivalen år 2012 på mellan 17,9 och 53,2. Genomsnittet är 36 miljoner kronor och kan likställas med det värde denna uppsats skattar.

Även här kan man ur ett vinstmaximeringsperspektiv se att det från festivalens sida kan vara möjligt att höja biljettpriserna ännu mer. Genom att göra detta kan festivalledningen försöka maximera intäkterna då besökarna ser ut att ha en högre betalningsvilja än vad de faktiskt konsumerar under festivalen. Dessa resultat är förstås uppskattningar och om detta genomförs finns risken att de extra intäkterna för festivalen är mindre än de intäkter de förlorar från ett förmodat lägre besöksantal på festivalen.

Det bör dock betonas att betalningsviljan för genomsnittsbesökaren är förknippad med stor osäkerhet, eftersom alla människor är unika och har således olika preferenser. Detta kan leda till att personer med olika preferenser ändå uppvisar likvärdig betalningsvilja eftersom de klassificerats likadant i samtliga oberoende variabler i funktionen för betalningsviljan. Till följd av detta finns det även en stor osäkerhet angående det skattade konsumentöverskottet.

Det är även viktigt att poängtera att eftersom mer än hälften av besökarna är i åldrarna 17-22 blir det svårare att dra några generella slutsatser om andra åldersgrupper. Det hade krävts ett större urval av respondenter från andra åldersgrupper för att detta skulle vara möjligt. Detta betyder att de mest trovärdiga slutsatser som presenteras är om besökare i åldern 17-22.

Att regressionen visar på ett negativt samband mellan tillfredsställande levnadsstandard och betalningsvilja behöver inte nödvändigtvis styrka antagandet om att en mer tillfredsställd person inte känner samma behov att spendera som en mindre tillfredsställd person. Man brukar tala om att ”det är dyrt att vara fattig”, vilket i sammanhanget kan innebära att en person med lägre inkomst som är mindre tillfredsställd med sin livssituation behöver införskaffa nödvändig utrustning för att möjliggöra festivalbesöket, till exempel tält, madrass och dylikt. En person med högre inkomst kanske redan har dessa material att tillgå. Detta kan vara en annan förklaring till att regressionen visar att en mer tillfredsställd person har lägre betalningsvilja än en mindre tillfredsställd person. Detta är dock inte statistiskt säkerställt.

Ovannämnda resonemang kan således också vara en förklaring till varför betalningsviljan endast stiger med i genomsnitt 209 kronor per högre inkomstkategori.

Regressionen visar att besökare som inte betalt sin biljett själv har cirka 1 400 kronor mindre i betalningsvilja. Genomsnittskostnaden för en biljett är 1 800 kronor. Därför dras slutsatsen att besökare som inte har betalt sin biljett själv spenderar cirka 400 kronor mer under festivalveckan. Detta anses vara en relativt säker slutsats då 1 800 kronor inte ryms i konfidensintervallet för variabeln *Payself*. Anledningen kan vara att dessa besökare känner att de har lite mer pengar till övers och kan spendera mer med gott samvete eftersom de inte behövde stå för sin biljettkostnad. Faktum kvarstår dock att besökare som betalat för sin biljett själv har en högre betalningsvilja totalt sett under festivalen.

7.1 Reliabilitet

Det har i vissa fall förekommit missförstånd gällande en del frågor i enkäten. Detta har föranlett oss att tolka vissa frågor på det sätt som det antagits att respondenten egentligen menat, vilket kan påverka reliabiliteten på resultatet. Dessutom var det 19 procent som angav det högsta alternativet på frågan om deras alkoholkonsumtion under dagen. Även detta kan anses ha en negativ påverkan på reliabiliteten då rusdrycker ser ut att ha fått respondenterna att ange ett högre belopp för sin totala budget i jämförelse med de som inte hade druckit när enkäten besvarades. Å andra sidan kan denna ökning i total budget bero på helt andra saker, till exempel att besökarna med högre inkomst lägger mer pengar inne på festivalområdet än de besökare som inte har lika hög inkomst.

7.2 Förslag till framtida forskning

I denna uppsats har fokus legat på det direkta brukarvärdet och uppskattat betalningsviljan utifrån detta. Det finns skäl att tro att även icke-brukarvärden existerar för invånarna i Borlänge. Värdet på dessa icke-brukarvärden bör undersökas i framtida forskning då det enligt Snowball (2008) finns personer som kanske inte vill gå på festivalen men ändå ha den kvar på grund av att de känner en stolthet över den. Det blir även ett sätt att ”sätta Borlänge på kartan”, vilket troligtvis är av värde för många invånare.

Som sagt så blir dessa resultat väldigt generaliserade. För att bekräfta eller motbevisa resultaten skulle en kvalitativ studie behöva genomföras istället. Detta skulle förslagsvis göras genom att följa en fokusgrupp med olika grupper av besökare under en längre tid för att på så sätt få en mer precis betalningsvilja på individnivå. Svårigheterna med detta i dagens läge är dock att festivalen inte längre är lika stor som den en gång var. Förhoppningsvis växer festivalen i framtiden tillbaka till samma nivå som i sina glansdagar och då skulle denna idé vara möjlig att genomföra.

Festivalbesökarnas alternativkostnad är också något som kan vara av värde för framtida forskning. Att ha kännedom om vad besökarna valt bort till förmån för festivalen kan vara relevant att känna till ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Besökarna kanske väljer bort en utlandsresa för att spendera semestern på en festival istället. En tillräckligt attraktiv och populär festival kan möjligtvis bidra till detta och därmed förhindra ekonomiskt läckage till utlandet.

Referenser

- Ahlsén, M. G., & Olsson, J. (2010). *Turisters konsumtion under Peace and Love festivalen år 2009. C-uppsats i kulturgeografi*. Högskolan Dalarna.
- Andersson, T. D., Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2012). Estimating Use and Non-use Values of a Music Festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Volym 12, Nummer 3, 215-231.
- Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2005). From Quality to Expenditures - A Case Study of Storsjöyran Music Festival, Sweden. *Tourism and Hospitality Management*. Masteruppsats. Göteborgs Universitet
- Beshears, J., Chio, J. J., Laibson, J., & Madrian, C. M. (2008). How are preferences revealed? *Journal of public economics*, Volym 92, Nummer 8-9, 1787-1794.
- Bland, J. M., & Altman, D. G. (1995). Comparing methods of measurement - why plotting difference against standard methods is misleading. *The Lancet*, Volym 346, Nummer 8982, 1085-1087.
- Boardman, A., Greenberg, D., Vining, A., & Wiemer, D. (2014). *Cost-Benefit Analysis - Concepts and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Boschini, A. D., Jonung, C., & Persson, I. (2005). *Genusperspektiv på nationalekonomi*. Höskoleverket.
- Eklund, K. (2007). *Vår ekonomi - en introduktion till samhällsekonomi*. Nordstedts akademiska förlag.
- Frost, J. (2013). *Regression Analysis - How do I interpret R-squared and assess the goodness of fit?* . Hämtad 15 Maj från Minitab: <http://blog.minitab.com/blog/adventures-in-statistics/regression-analysis-how-do-i-interpret-r-squared-and-assess-the-goodness-of-fit>
- Gailis, J. (2014). *A Consumer Surplus Estimate of Peace & Love festival in Borlänge - A Travel Cost Approach*. Magisteruppsats. Högskolan Dalarna.
- Grubbström, R. W. (1997). *Ekonomisk teori*. Academia Adacta.
- Heldt, T., & Klerby, A. (2011). *Peace & Love 2010 - värderade och icke-värderade ekonomiska effekter*. Borlänge: Högskolan Dalarna.
- Heldt, T., & Mortazavi, R. (2015). Estimating and comparing demand using stated choice and actual visitor behaviour data. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Volym 16, Nummer 2, 130-142.
- Heldt, T., & Olofsson, M. (2011). *Peace & Love 2011 - Uppskattning av festivalens ekonomiska betydelse via segmenteringsansatsen*. Borlänge: Högskolan Dalarna.
- Högskolan Dalarna. (2009). *BESÖKARENS UPPLEVELSE OCH KÄNNEDOM OM PEACE & LOVE. Marknadsundersökning 2009*.

- Kroes, P. E., & Sheldon, J. R. (1988). Stated preference methods - An introduction. *Journal of transport economics and policy*, Volym 22, Nummer 1.
- Lindberg, L., & Lindkvist, L. (2010). *Kulturens kraft för regional utveckling*. SNS förlag.
- Medlingsinstitutet. (2014). *Löneskillnaden mellan kvinnor och män 2014 - Vad säger den officiella lönestatistiken?* Swedish National Mediation Office.
- Musiksverige. (2015). *Musikbranschen i siffror - statistik för 2009-2014*.
- Reisinger, Y. (2009). *International tourism - cultures and behaviour*. Elsevier.
- Snowball, J. D. (2008). *Measuring the value of culture - Methods and examples in cultural economics*. Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co.
- Sundin, H., Ståhlberg, M., & Heed, J. (2009). *Peace & Love - de tio första åren*. Borlänge: Föreningen Peace & Love.
- United Nations. (2008). International Recommendations for Tourism Statistics. *Department of Economic and Social Affairs*.
- Varian, H. (2006). *Intermediate Microeconomics. Sjunde upplagan*. W.W Northon & Company.

Bilaga 1. Enkät



Vem är du som besöker Peace & Love-festivalen? Vad betyder festivalen för dig, för Borlänge och för Dalarna?



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

När du lämnar en ifylld enkät till oss får du en gåva som tack för hjälpen!

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

Anna Klerby
Doktorand i nationalekonomi
e-post: akb@du.se

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 festivalen och din livssituation i stort

1. Är du? kvinna man
2. Vilket år är du född? 19_____
3. Din högsta avslutade utbildning grundskola högskola/universitet 2år
 gymnasium högskola/universitet 2 år eller mer
4. Hur uppfattar du ditt allmänna hälsotillstånd?
 mycket dåligt dåligt någorlunda Gott mycket gott
5. 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
6. Är du ideellt engagerad i någon förening? ja nej
7. Hur ofta arbetar du ideellt? varje vecka varje månad en gång i månaden sällan aldrig

Vi är nyfikna på din festivalekonomi

8. Hur mycket har du betalt för din biljett?

_____ kr

Ej betalt biljetten själv

9. Hur ser utgifterna ut för resa, boende, mat etc. under dina senaste 24 timmar?

| <i>Kostnad</i> | <i>Summa i SEK</i> |
|---|--------------------|
| <i>Inom festivalområdet, uppskatta dina utgifter under de senaste 24 timmarna</i> | |
| Restaurang och café-besök (serverad mat och dryck) | |
| Livsmedel (mat, dryck, godis, etc) | |
| Shopping och souvenirer (skivor, kläder, etc. ej Band T-shirts) | |
| Band T-shirts och bandprylar | |
| <i>Utanför festivalområdet, uppskatta dina utgifter under de senaste 24 timmarna</i> | |
| Restaurang och café-besök (serverad mat och dryck) | |
| Livsmedel (mat, dryck, godis, etc) | |
| Shopping och souvenirer (skivor, kläder, souvenirer, etc) | |
| <i>Resor och boende</i> | |
| Resor (biljetter, bensin, etc, räkna endast för dig själv om du delar) | |
| Boende (räkna endast för dig om du delar) | |

10. Uppskatta din totala budget för besöket på festivalen, inkl. alla omkostnader, resa, boende, biljett, mat, dryck, souvenirer, extra utgifter för klädinköp eller andra praktiska saker som du har införskaffat för ditt festivalbesök?

Total budget: _____ kr

11. Om du inte bor i Borlänge kommun, hur reste du hit? (Fler svar är möjligt)

bil tåg organiserad bussresa kollektivtrafik flyg annat: _____

12. Var bor du under festivalvistelsen?

hemma festivalcampingen släkt/vänner vandrarhem hotell annat: _____

13. Vilken/vilka dagar besöker du festivalen?

måndag tisdag onsdag torsdag fredag lördag

14. Hur många gånger har du besökt Peace & Love inkl. årets besök?

1 2 3 4 eller fler

15. Varför har du kommit till festivalen? (flera svar är möjligt)

artisterna umgås med kompisar Peace & Love forum
träffa nya människor arbete annat: _____

16. 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 Peace & Love bidrar till ökad livskvalité för mig | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

17. **Postnummer där du bor?** postnr_____

18. **Hur bor du?** hos föräld-er/rar ensam
med partner (sambo/gift) annat:_____

19. **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 /månadspeng/studiebidrag | Vill ej uppge/vet ej |
| 12 000 – 49 999 kr | 200 000 – 299 999 kr |
| 50 000 – 99 999 kr | 300 000 – 399 999 kr |
| 100 000 – 199 999 kr | 400 000 kr och över |

20. **Har du druckit alkohol idag?** Nej inget alls Ja, men obetydligt
Ja, lite Ja, en del

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.

Tänk dig att du står inför valet att köpa dina Peace & Love biljetter. Det finns två olika Peace & Love festivaler och du är tvungen att välja mellan dessa. Det enda som skiljer de båda alternativen åt är de har olika **pris, publikantal** och **antal dagar**. Tänk dig också att båda alternativen har samma banduppsättning som dagens festival, även plats och tidpunkt för festivalen är densamma.

Vilken skulle du välja att besöka?

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

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

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

| Situation 1 | Peace & Love A | Peace & Love B |
|----------------------|------------------|------------------|
| Pris | 1 645 kr | 1 345 kr |
| Publikantal | 40 000 | 20 000 |
| Antal Dagar | 4 | 5 |
| B) Jag skulle välja: | (Peace & Love A) | (Peace & Love B) |
| | (ingen av dessa) | |

Här kommer en likadan fråga. Den är helt oberoende från den ovan och gäller i samma situation att du ska på Peace & Love festivalen och du har alternativ A och B att välja mellan.

| Situation 2 | Peace & Love A | Peace & Love B |
|----------------------|------------------|----------------|
| Pris | 1 945 kr | 1 745 kr |
| Publikantal | 60 000 | 40 000 |
| Antal Dagar | 6 | 5 |
| B) Jag skulle välja: | (Peace & Love A) | (Peace & Love |
| | (ingen av dessa) | |

Tusen tack för din medverkan, och ha en fortsatt trevlig festivalupplevelse!

Bilaga 2. Övriga enkätresultat

Transportkostnader

En beräkning på resekostnaderna resulterade i ett genomsnitt på 526 kronor per besökare, medianen 300 kronor med det lägsta värdet 0 kronor och det högsta 6 000 kronor. Delas besökarna upp efter om de är turister eller inte så blir genomsnittskostnaden för en turist 429 kronor och för en icke-turist 189 kronor.

Ideellt arbete

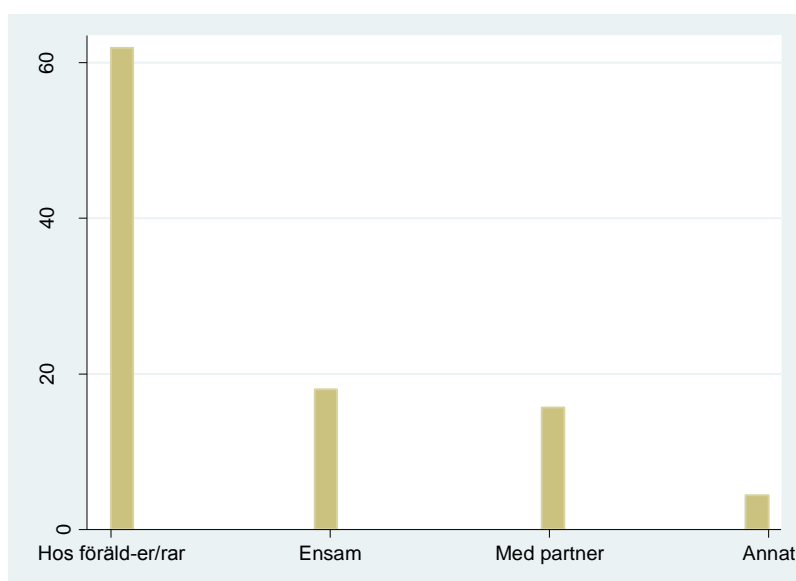
Det finns forskning som har visat att det finns ett positivt samband mellan ideellt arbete och högt välbefinnande (Heldt & Klerby, 2011). Av de 1030 respondenter som svarade på om de arbetade ideellt svarade 68 procent ”nej” och 32 procent ”ja”.

Vilka dagar besöktes festivalen?

60 procent av respondenterna besökte festivalen på tisdagen, 87 procent på onsdagen, 94 procent på torsdagen och fredagen samt 96 procent på lördagen.

Besökarnas privata boendesituation

62 procent bor hos föräldrarna, 18 procent bor ensamma, 16 procent bor med partner (sambo/gift). 4 procent valde alternativet annat. Resultatet visas i figur 7.



Figur 7. Privat boende.

Beräkning av genomsnittsbesökarens betalningsvilja

Med genomsnittsbesökaren preciserad som en 18-årig kvinna som besöker festivalen för första gången, har betalat biljetten för egna pengar, tjänar mellan 50 000 kronor och 99 999 kronor, är turist samt angav 4,5 på påståendet ”min levnadsstandard är tillfredställande”.

$$TotBudget = 2970 - 301 - 24 * 18 + 209 * 3 + 1124 + 195 = 4183 \quad (3)$$

Utbildning

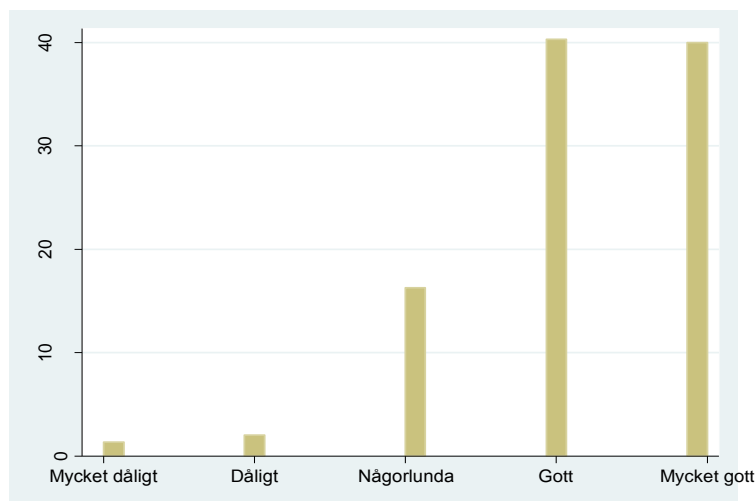
Respondenterna ombads även svara på vilken deras högsta avslutade utbildning var. Totalt var det 1 012 personer som svarade på denna fråga.

Den största kategorin var avslutat gymnasium, 50 procent av respondenterna valde detta alternativ. Det alternativ som minst antal angav var ”Högskola/universitet 2 år” vilket 5 procent av respondenterna valde.

Denna variabel används inte i den slutgiltiga regressionen eftersom många av respondenterna inte har åldern inne för att överhuvudtaget kunna studera på universitetsnivå. En mer passande fråga för att kunna använda utbildningsnivå som förklaring till betalningsviljan hade möjligtvis varit om de planerar att studera på högre nivå eller inte.

Besökarnas hälsotillstånd

Respondenterna tillfrågades hur de uppfattade sitt allmänna hälsotillstånd från ”mycket dåligt” till ”mycket gott”. Resultatet från enkäten visar att 80 procent uppfattar sitt allmänna hälsotillstånd som gott eller mycket gott. 16 procent svarade någorlunda medan 4 procent svarade mycket dåligt eller dåligt. Detta visas även i figur 8.



Figur 8. Besökarnas upplevda hälsotillstånd.