



# Kulturnäringsars betydelse

i ekonomin på regional och nationell nivå

**Rapporten tar upp** två aspekter av att mäta kulturnäringsars ekonomiska inflytande. Den ena beskriver hur man fångar direkta och indirekta effekter av en kulturaktivitet eller en investering och den andra hur man försöker se kulturens ekonomi som en del i nationalräkenskaperna.

Rev\_ januari 2012  
Dnr 2010/012  
Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser  
Studentplan 3, 831 40 Östersund  
Telefon 010 447 44 00  
Telefax 010 447 44 01  
E-post [info@tillvaxtanalys.se](mailto:info@tillvaxtanalys.se)  
[www.tillvaxtanalys.se](http://www.tillvaxtanalys.se)

För ytterligare information kontakta Anne Kolmodin  
Telefon 010 447 44 52  
E-post [anne.kolmodin@tillvaxtanalys.se](mailto:anne.kolmodin@tillvaxtanalys.se)

---

## Förord

Intresset för att beskriva kulturella näringar och kulturella näringars bidrag till tillväxt och utveckling ökar på såväl nationell som regional nivå.

Tillväxtanalys, och tidigare ITPS (Institutet för tillväxtpolitiska studier), har vid några tillfällen tittat närmare på hur dessa näringar och deras bidrag till den samlade ekonomin kan beskrivas och förstås. Denna rapport är den tredje delen i detta arbete.

Rapporten diskuterar dels hur kultur kan förstås som en ingrediens i regionala utvecklingsprocesser. I denna del redovisas såväl teoretiska utgångspunkter och metoder för ett sådant arbete som konkreta exempel på försök att fånga ekonomiska konsekvenser av regionala satsningar på kulturnäringar.

Dessutom redovisas ett vidare resonemang kring kulturräkenskaper där särskilt fokus sätts på hur man kan försöka att särskilja kulturella näringar i nationalräkenskaperna. I denna del görs också jämförelser med motsvarande försök i andra länder.

Rapporten har utarbetats av Anne Kolmodin (projektledare), Lars Bager-Sjögren och Fredrik Junkka.

Östersund, maj 2010.

Dan Hjalmarsson

Generaldirektör



---

# Innehåll

<b>SAMMANFATTNING</b> .....	<b>7</b>
<b>1 BAKGRUND/INLEDNING</b> .....	<b>8</b>
1.1 INTRESSET FÖR KULTUR OCH EKONOMI .....	9
1.2 RAPPORTENS UPPLÄGG.....	9
<b>2 KULTUR I REGIONALA UTVECKLINGSPROCESSER</b> .....	<b>10</b>
2.1 KULTUR SOM UTVECKLINGSFAKTOR – KULTUR OCH TURISM .....	10
2.2 TRE MODELLER AV EKONOMISKT INFLYTANDE .....	11
2.2.1 Anledningen till kulturinvesteringen - betalningsvilja .....	14
2.3 ATT FÅNGA EKONOMISKA KONSEKVENSER .....	14
2.4 RÖROSUNDERSÖKNINGEN .....	17
2.4.1 Tillresta besökare.....	17
2.4.2 Direkta effekter .....	17
2.4.3 Indirekta effekter .....	18
2.4.4 Vad tog Rörösstudien inte upp? .....	20
2.5 UNDERSÖKNING AV VARA KONSERTHUS .....	20
2.5.1 Jämförelser av ekonomisk utveckling i Vara samt i referenskommun.....	21
2.5.2 En beskrivning av ekonomiska effekter i Vara kommun.....	21
2.5.3 Kultursatsningens effekt i regionen.....	23
2.6 AVSLUTANDE KOMMENTARER .....	24
<b>3 KULTURRÄKENSKAPER?</b> .....	<b>27</b>
Innebörden av räkenskaper.....	27
3.2 KULTURRÄKENSKAPER .....	28
3.3 INTERNATIONELLA JÄMFÖRELSE	29
3.3.1 Kulturens ekonomiska andel i Finland och Spanien .....	29
3.4 SVENSKA KULTURRÄKENSKAPER? .....	30
3.4.1 Kulturproduktion.....	30
Definition av kulturnäringsar .....	30
Privat kulturproduktion .....	32
Offentlig kulturproduktion .....	33
3.4.2 Kulturanvändning .....	33
Privat konsumtion .....	33
Offentlig kulturkonsumtion .....	34
Kulturens produktion som investering .....	34
Kulturens nettoexport.....	34
3.5 REGIONALA KULTURRÄKENSKAPER .....	35
3.6 AVSLUTANDE KOMMENTARER .....	35
<b>4 LITTERATUR</b> .....	<b>37</b>
<b>BILAGA 1 MULTIPLIKATOR HÄRLEDNING</b> .....	<b>40</b>
<b>BILAGA 2: BETINGAD VÄRDERING OCH BETALNINGSVILJA</b> .....	<b>41</b>
<b>BILAGA 3: TABELL ÖVER KULTURNÄRINGAR, PRODUKTGRUPPER SAMT YRKESGRUPPER</b> .....	<b>42</b>
<b>BILAGA 4: UTRIKESHANDEL MED VAROR</b> .....	<b>44</b>
<b>BILAGA 5. FÖRBÄTTRINGAR AV YRKESSTATISTIKEN</b> .....	<b>46</b>
Tabell 1 OECD redovisade kulturmultiplikatorer .....	14
Tabell 2 Kulturrelaterad turism .....	18

---

Tabell 3 Direkt effekt av kulturturismkonsumtion	18
Tabell 4 Indirekta effekter i underleverantörsled	19
Tabell 5 Beräkning av indirekt effekt m a p ökade inkomster	19
Tabell 6 Icke-brukarvärde för Västra Götaland	23
Tabell 7 Icke-brukarvärde för Vara kommun	23
Tabell 8 Ackumulerade värden för Vara kommun	24
Tabell 9 Throsbys nomenklatur över kulturvärden	30
Figur 1 "Modeller" för inflytandeprocesser	12
Figur 2 Schematisk multiplikatormodell	15
Figur 3 skiss över "kulturmultiplikatorn" eller ekonomiska bruttoflöden*	16
Figur 4 samband mellan totala utgifter och individers konsumentöverskott	22
Figur 5 illustration av total kulturvärdesproduktion, Kulturtridenten	31

---

## Sammanfattning

Förenklat kan man säga att kultur har ett ekonomisk inflytande i tre dimensioner. Den första dimensionen berör det som oftast benämns socialt kapital eller faktor X och handlar om kulturens betydelse för de relationer, nätverk och tillit som knyter samman befolkningen i en region. Den andra dimensionen ser kultur i form av något som lockar externa besökare till området. Oftast tänker man här på historiska monument eller naturscenerier. På senare tid har även den atmosfär och spänning som är skapad av dem som bor i området kommit att få ett allt större intresse när man beskriver kulturens värde. Berlins östra delar och Londons marknader är exempel härpå. När kultur på dessa sätt attraherar besökare är det att betrakta som en form av tjänsteexport. Slutligen, den tredje dimensionen behandlar hur kultur kan ha inflytande på föremål och eventuellt tjänster som kan transporteras från regionen och därigenom inbringa exportinkomster.

Denna rapport tar upp två aspekter av att mäta kulturnäringsars ekonomiska inflytande. Den ena beskriver hur man fångar direkta och indirekta effekter av en kulturaktivitet eller en investering och den andra hur man försöker se kulturens ekonomi som en del i nationalräkenskaperna.

I den första delen beskrivs två undersökningar som belyser vilken information en regional aktör bör ta fram för att kunna uppskatta värdet av en kulturinvesteringens lokala ekonomiska inflytande. Vi har fokuserat på de mest nödvändiga beräkningar som bör göras för att åtminstone ha ett primärt material som kan användas som beslutunderlag på lokal och regional nivå. Beräkningar av direkta och indirekta effekter är nödvändiga för att kunna räkna ut en kulturmultiplikator d.v.s. en form av avkastning under en viss tid. Här är det också viktigt att även räkna med de negativa effekterna i form av läckage. För en liten region är kanske den största utmaningen att mobilisera ortens resurser så att de kan användas på ett flexibelt sätt. En av de viktigaste stutsarna är att insatsvaror och tjänster bör så långt som möjligt hämtas från regionen.

Den andra delen belyser problematiken med att mäta kulturnäringsar och kulturens andel av BNP, s.k. kulturräkenskaper. Att beräkna den andelen av nationalräkenskaperna (NR) som utgörs av kultur, vilket kulturräkenskaper skulle göra, innebär att man måste kunna avgränsa vad som är både förädlingsvärde från kulturproduktion och vad som är användning av kultur. Erfarenheten från andra länder visar att det krävs vissa förbättringar av statistiken för att kunna göra detta, vilket innebär kostnader både i form av tid och i form av resurser. Det är varje lands ekonomiska statistiksystem som sätter gränser för hur väl det är möjligt att urskilja ekonomiska aktiviteter som refererar till kultur. Ett dilemma är att länderna idag utgår från olika definitioner av kulturnäringsar när de beräknar sina kulturräkenskaper. Detta får till följd att möjligheten att göra jämförelser mellan länderna minskar.

---

# 1 Bakgrund/inledning

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Tillväxtanalys, och tidigare Institutet för tillväxtpolitiska studier, ITPS, har rapporterat ett flertal uppdrag till både Näringsdepartementet och Kulturdepartementet med anknytning till kulturella -/ kreativa näringar, upplevelseindustrin och kulturnäringsar<sup>1</sup>. Utifrån Tillväxtanalys generella uppdrag och regleringsbrevsuppdrag har rapporterna fokuserat på den del av näringarna som kan kopplas till kommersialisering och näringsverksamhet samt tillväxt i framtiden, vilket inte på något sätt innebär att kultur utifrån ett kulturpolitiskt perspektiv är mindre viktigt. Rapporterna har bland annat behandlat problematiken med de olika definitionerna som förekommer parallellt samt svårigheten med att statistiskt mäta en ”sektor” som inte följer den traditionella industriella logiken. Genom åren har det ändå tagits små steg för att hitta kompletterande sätt att studera och mäta värdet av denna sektor.

Näringsverksamhet med prefixet ”kreativ” eller ”kultur” har under de senaste tio åren uppmärksamats från ett näringspolitiskt perspektiv. Det finns en förväntan på att dessa branscher ska ha en större omsättning och sysselsättning än den genomsnittliga ekonomin. Rent empiriskt har det dock varit problematiskt att härleda detta. Delvis beror det på att de olika definitionerna innehåller olika branscher vilket i sin tur för med sig olika resultat, ITPS (2008). Vad alla dessa begrepp och definitioner trots allt har gemensamt är att de försöker fånga det fenomen i samhället som tyder på att expressiva värden som estetiska aspekter och upplevelser har ökat i betydelse i ekonomin. En strävan efter det unika och det som inte kan kopieras blir allt mer attraktivt och här har kultur och kulturarvet en viktig funktion.

Föreliggande rapport ska ses som ytterliggare en del i att försöka kartlägga och fånga fenomenet som uppstår när kultur och näring fogas samman. Även om det är svårt att mäta de ekonomiska effekterna på en aggregerad nivå finns det delar i kulturnäringsarna som man skulle kunna bli bättre på att mäta i ekonomiska termer. När kultur och näring möts kan det innebära en förändrad affärslogik samtidigt som mycket är fast förankrat i traditionell ekonomisk teori.

Litteraturen kring vad kultur kan ha för inflytande på ekonomin är som inom många andra områden närmast oöverskådlig både med avseende på antalet bidrag och på antalet infallsvinklar. Ambitionen med denna rapport är dels att i begränsad omfattning återge vad som kanske många redan insatta personer kan uppfatta som konventionella perspektiv. Dels lyfta fram två rapporter som exempel på olika tillvägagångssätt för att fånga ekonomiska värden av kultur. Nuvarande myndighet och dess föregångare har varit delaktiga i att studera området och har etablerad kunskap som ibland snabbt försvunnit i arkiven innan den ens har börjat tillämpas i praktisk politik.

Kultur oavsett om det är en antropologisk beskrivning av hur människor organiserar sin vardag, eller som konsumtion i form av besök på en teaterfestival eller produktionen av ett traditionellt hantverk för försäljning har dessa aktiviteter ekonomiska konsekvenser som kan mätas. Det svåra är att avgöra kopplingen och dess enheter.

---

<sup>1</sup> Exempel på tidigare ITPS rapporter är: *Design för innovation och tillväxt* (2005), *En politik för design* (2007), *Kreativ tillväxt* (2008), *Globalisering och kultur* (2008), *Tillväxtanalys rapport Kulturnäringsar förslag till definition och statistik* (2009).



---

Det finns en förhoppning och förväntning om att investeringar i kulturinstitutioner eller olika evenemang ska bidra positivt till kommunen. Man ska dock inte lockas och tro att en kulturinstitution, evenemang eller dylikt alltid bidrar positivt till en regional ekonomi.

### **1.1 Intresset för kultur och ekonomi**

Går det att mäta värdet av en kulturinstitution?

Ekonomisk analys av kultur både teoretiskt och empiriskt, har med tiden utvecklats till ett eget forskningsområde, kulturekonomi. Armbrecht & Andersson (2010), Markusen & Schrock (2006), Power & Scott (2004) och Power (2002) är exempel på forskning inom området. En stor del av forskningen kring det som idag anses som grundläggande för att förstå kulturinstitutioners värde för individer och samhället har sitt ursprung i andra vetenskaper exempelvis nationalekonomi och kulturgeografi, områden som idag är väl accepterade och till och med anses självklara inom den s.k. kulturekonomin.

En del av problematiken kring mätbarheten kan relateras till metoder och kvantifierbarhet men det handlar också om svårigheter som kan knytas till värderingssystemen och begrepp. Ett flertal studier menar att en grundförutsättning för att kunna uttala sig om ekonomiska s.k. nyckeltal är att förstå kulturinstitutioners input och output, där input relativt enkelt kan beskrivas och mätas i ekonomiska termer, eftersom den inte skiljer sig från företag i allmänhet. Medan att beskriva den output som en kulturinstitution skapar är betydligt svårare, framför allt om man har avsikten att mäta kulturinstitutioners bidrag i relation till dess syfte. Antalet producerade utställningar, antal sålda biljetter eller liknande nyckeltal ger endast en otillräcklig bild av kulturinstitutioners output och verksamhet, eftersom de inte ger svar på vilket värde en kulturinstitution skapar (Throsby & Withers 1979).

### **1.2 Rapportens upplägg**

Kapitel 2 börjar med en beskrivning av hur kultur behandlas i OECD:s rapporter som en utvecklingsfaktor. Därefter följer en kort genomgång av tre olika former av ekonomiska processer kring en kulturinvestering samt exemplifieringar kring olika delar i processerna. I kapitel 3 förs en vidare diskussion kring kulturräkenskaper och det ges en kort beskrivning av s.k. kultursatellitkonton vilket innebär en särredovisning av kulturnärningar som en andel av nationalproduktionen. Dessutom ingår en översikt över hur andra länder har gjort och vad finns det för möjligheter att genomföra detta i Sverige.

---

## 2 Kultur i regionala utvecklingsprocesser

I detta avsnitt ges en översikt av hur kultur kan uppfattas som en utvecklingsfaktor. Översikten fokuserar framförallt på utvecklingsdynamik i mindre orter.

I OECD-rapporten ”Culture and local development” (OECD 2005) behandlas tre dimensioner av kulturens inflytande. Den första dimensionen handlar om hur ett samhälle är uppbyggt i form av nätverk och relationer mellan befolkningen i samhället. Ett svenskt exempel är Gnosjö som ofta lyfts fram och beskrivits som annorlunda, än andra mindre tätorter, när det gäller nätverk och relationer. Här är kultur närmast en aspekt av socialt kapital. Den andra dimensionen är kultur i form av något som lockar externa besökare till området. Här blir kultur(arv) källa till någon form av tjänsteexport (mer om detta i nästa avsnitt). Slutligen den tredje dimensionen handlar om hur kultur kan ha inflytande på föremål och eventuellt tjänster som kan transporteras från regionen och därigenom inbringa exportinkomster. Denna dimension behandlas dock inte i denna rapport.

Avsnitt 2.1 beskriver mer allmänt hur inflytande har redovisats i olika OECD-rapporter. Avsnitt 2.2 redovisar mer specifikt kulturinvesteringars ekonomiska inflytande som ofta reduceras till det s.k. mekanistiska ”multiplikator”-modeller, där benämningen mekanistisk grundar sig i att modellerna blir alltför förenklade när de placeras in i den sociala/kulturell kontext som den första angivna dimensionen beskriver.

Trots denna förenkling kommer rapporten att lyfta fram dessa modeller eftersom de ändå anger vilka grundläggande ekonomiska faktorer som är lämpliga att samla information kring för en användbar uppföljning. Vilken i sin tur kan utgöra viktiga underlag för att lokala och regionala beslutsfattare ska kunna fatta väl underbyggda beslut.

### 2.1 Kultur som utvecklingsfaktor – kultur och turism

OECD publicerade 2009 rapporten *The impact of Culture on Tourism* (OECD 2009) som tar upp den alltmer ökande delen av turism som görs med kulturanknytning. Enligt FN:s organisation för turism (UNWTO) har antalet internationella ankomster ökat med 66 procent till 898 miljoner ankomster mellan 1995 till 2007. Fyrtio procent av dessa resor har kultur som anledning till resan. Kulturreesenärerna har också ökat mer än resandet i allmänhet (OECD 2009 sid21). Rapporten anför flera möjligheter (benefits) som kulturturism kan medföra

- Utveckla sysselsättning och företagande, diversifiera näringsstrukturen regionalt
- Öka skatteintäkter
- Öka regionens varumärke och attraktiviteten att bo där
- Bygga samarbeten och stärka socialt kapital i regionen

Att utveckla samarbeten mellan olika aktörer i syfte att är något rapporten framhäver som nödvändigt för en region att utvecklas som destination. Utan ett utvecklat samarbete (partnerships) mellan invånarna i en region likväl mellan regioner med kompletterande intressen är det svårt att bli framgångsrik. Något som bekräftas av de fallstudier som rapporten presenterar. Man talar om vikten av att de två sektorerna kultur och turism samarbetar, att privata aktörer kan engageras för regionens utveckling.

---

Kultur som anledning till resande och turism har tidigare kopplats till besök av monument och kulturhistoriskt betydelsefulla platser. Detta är väsentligt fortfarande men rapporten pekar också på att kultur och kreativa uttryck mer generellt har blivit en anledning till resande (OECD 2009 s 24f).

Det senare innebär bland annat att människor boende på en plats lyckas skapa eller förmedla en atmosfär som även andra vill uppleva. Ett exempel är marknaden i stadsdelen Notting Hill i London. Den är en av en mängd marknader i London, den ligger i ett område som knappast kan beskrivas som ”vackert”. Men karaktären på atmosfären på marknaden i Notting Hill är något som har visat sig tilltala en mängd besökare utanför området och som i sin tur förde med sig en ökad publicitet via Hollywoodfilmen som iscensattes i denna miljö. Andra exempel som ofta anförs som kopplade till atmosfär är den nyfikenhet att få uppleva miljöer som man relaterat till vid läsning av böcker. I Stockholm är intresset för guidningar i ”Millennium”-kvarteren stort liksom resor till Ystad och Österlen på grund framgången med Wallander-böckerna (ITPS 2008).

Ovan nämndes betydelsen av samarbete. OECD (2009) anför att turism som en ren kommersiell näring skiljer sig i ”ethos” från kulturaktivitet er då dessa inte är vinstinriktade. Man refererar till Kanadas beräkningar av hur turismintäkter fördelar sig på olika verksamheter. Kulturverksamheter andel är I Kanada går cirka sex procent (i Sverige motsvarande andel) av turismintäkterna medan andra verksamheter som transporter och detaljhandel erhåller sammantaget andelar nära 50 procent.<sup>2</sup>

Men detta är de direkta intäkterna. Kulturens betydelse för att skapa attraktivitet nämndes ovan och erkänns av de flesta. Denna attraktivitet kan mätas dels i direkta intäkter men även i indirekta det vill säga de flöden av inkomster som kommer en destination till del som inte är rena inträdesavgifter. Resten av kapitlet ägnas åt betydelsen av att fånga dessa intäkter och hur man kan göra det.

## 2.2 Tre modeller av ekonomiskt inflytande

Vad är då ekonomiskt inflytande och hur ska man kunna följa det? I detta avsnitt beskriver OECD-rapporten i korthet olika processer som ofta nämns i studier och rapporter kring kulturnärings. Ekonomiskt inflytande kan ske på flera olika sätt, *värdekedja*, *solsystem* respektive *multiplikator* (figur 1). Det finns inga tydliga gränser mellan dessa utan snarare överlappar de varandra i vissa avseenden och därigenom beskriver de olika perspektiv. I princip handlar det om att:

- Identifiera de komponenter som adderar värde, eller
- Identifiera de komponenter som är nödvändiga för att realisera värde, eller
- Identifiera direkta respektive indirekta effekter av en ”aktivitet”

Värdekedjan ska tolkas som den i företagsekonomi etablerade modellen för ”värde” som förädlas/förmeras i en kedja av funktioner. Till exempel beskriver kedjan av händelser: idé, prototyp, produktion, distribution och konsumtion en sådan värdekedja. Varje del i denna kedja kan naturligtvis delas upp i ännu mindre komponenter. Inom företagsekonomi finns en omfattande diskussion om värdekedjan samt alternativa modeller för värdeproduktion

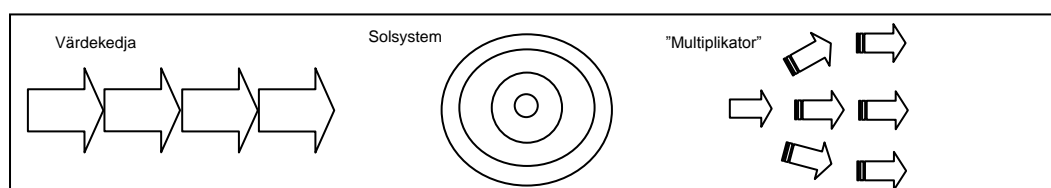
---

<sup>2</sup> Tillväxtverkets statistik för 2008 anger att kulturtjänster som andel av total turism på 244 miljarder utgjorde cirka 5,7 procent eller 14 miljarder. (<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/omturism/ekonomiochsysstelsattning.4.21099e4211fd8c87b800017287.html>)

som värdestjärnan, som anger mer lösa, nätverksbundna kopplingar. I sammanhanget vill vi dock poängtera att perspektivet värdekedja anger att det finns en tydlig koppling mellan olika steg i förädlingen av värdet (Wikström et al 1994).

Värdekedjemodellen (i OECD 2005 anges den som ”sector studies”) kan sägas vara en arketyper för ”ax till limpa resonemang” kring hur värde skapas. Här talas det om faser av *skapande, producerande, distribuerande* och slutligen *konsumerande*. Naturligtvis går det även att formulera mellanfaser som *lansering o.s.v.* Resonemanget skiljer sig inte från andra liknande ansatser, det vill säga metoden går ut på att identifiera alla som är berörda av de olika stegen mellan produktion av till exempel en bok och tills den når sin läsare. Här summeras de olika leden med avseende på den intensitet som de bidrar med och på så sätt nås någon form av totalsumma.

Figur 1 ”Modeller” för inflytandeprocesser



Den andra modellen på ekonomiskt inflytande är ”solsystemet” eller ringar på vattnet som det också kallas (båda orden är till viss del vilseledande). De yttre ringarna får inspiration av de inre källorna som fungerar som passiva insatsfaktorer. Om en överenskommelse uppstår mellan de inre och yttre ringarna sker den mer på initiativ av de yttre ringarna. Med andra ord den inre ringen kan inte bestämma om ”idén” kommer att skapa ett ekonomiskt värde utan det är den yttre ringen som gör det. Till exempel, en reklambyrå får en idé att använda en populär melodislinga i en lanseringskampanj för en ny vara eller tjänst. Melodin används för att den har ett symboliskt värde som medför att den skapar attraktion åt varan eller tjänsten. Det var något som man varken kunde veta eller ens kalkylera med när melodin en gång skapades. Värdet i melodin har utvecklats utifrån andra skäl och under en annan tid än den produkt som reklambyrån levererar för varan/tjänsten.

Ett exempel på hur ”solsystemmodellen” används är EU-kommissionens green paper där det anges att

*“Creative industries” are those industries which use culture as an input and have a cultural dimension although their outputs are mainly functional. They include architecture and design, which integrate creative elements into wider processes, as well as subsectors such as graphic design, fashion design or advertising.*<sup>3</sup>

Den tredje varianten, multiplikatorn, har sitt ursprung i nationalekonomisk makroekonomi för att beskriva relationen mellan en förändring i en så kallad exogen variabel som investeringar och dess efterföljande effekter på den totala inkomsten (Dickson et al (1986)).<sup>4</sup> Multiplikatoreffekt är en konsekvens av all typ av ekonomisk verksamhet, även kulturbetingade sådana. I OECD-rapporten återger multiplikatorn summan av de ekonomiska konsekvenser av ett konsumtionsbeteende som sätts igång av en kultur-

<sup>3</sup> EU Commission (2010) sid 6. Inom EU används begreppet CCI, Cultural and Creative Industries

<sup>4</sup> Se appendix för formell beskrivning. Exogen anger en förändring utanför ”modellen” dvs. något som modellen inte kan förklara.

---

händelse (kulturinvestering, event, evenemang eller liknade). Här kommer vi att benämna det som *kulturmultiplikator*.

### *Bygger på antaganden*

I syfte att få en analogi med den makroekonomiska exogena variabeln utgår resonemanget från vad vi kalla en "kulturinvestering". Det kan vara en hantverksfestival, iordningsställandet av ett kulturarv, byggandet av ett museum eller liknande. Vad som är viktigt att komma ihåg är att varje härledning av effekter, som i kulturmultiplikatorn, bygger på vissa antaganden. Konsekvenserna som multiplikatorn anger ska jämföras med att en investering inte görs. Detta antagande spiller över i ett antagande om att "kulturinvesteringen" är enda orsaken till att besökare kommer till området/regionen under den tid som studeras eller åtminstone att förändringen i besökarantal från en tidigare period kan härledas till "kulturinvesteringen". Om detta antagande inte gäller måste konsekvenserna anpassas efter hur stort inflytande kulturinvesteringen har. Ett exempel är att man inte tar hänsyn till regionens karaktär. I en region som har en stor befolkning och ett mångfacetterat näringsliv kommer en "kulturmultiplikator" förmodligen att bli mer eller mindre omöjlig att beräkna. I en mer isolerad ort, Bowitz & Ibenholt (2009) refererar till Røros i Norge, kan en undersökning vara meningsfull. I mindre orter med goda uppföljningstraditioner kan en ytterligare satsnings effekter åtminstone delvis härledas.

I ett regionalt perspektiv innebär det att en positiv utveckling av en kulturinvestering kräver att det finns lediga resurser inom regionen som inte tagits i bruk och (om detta behövs) att man med investeringen kan attrahera resurser utifrån. Bowitz & Ibenholt (2009) menar att för de flesta orter på landsbygd är antagandet om lediga resurser rimligt att göra.

I alla teoretiska sammanställningar finns ett antal antaganden som måste tas för givna. Här för vi ett förenklat och resonemang kring ekonomiska konsekvenser där till exempel förändringar i relativpriser exkluderas.<sup>5</sup>

"Multiplikatorer" är en kvot mellan summan av direkta och indirekta effekter av en investering. Om multiplikatorn är större än 1 har investeringen följaktligen åstadkommit ekonomiska resultat som är större än densamma. Multiplikatorer kan beräknas på olika sätt. Beräkningarna är lika varandra till strukturen, det som skiljer dem åt är att de utgår från olika slag av datamaterial.<sup>6</sup>

OECD (2005) beskriver tre varianter av multiplikatorer *Input-output-multiplikatorn* kräver mest information då denna är en funktion av alla flöden mellan de i regionen ingående branscherna och export/import utanför regionen.

"Ad-hoc" multiplikatorn börjar istället i undersökningar av olika typer av turistrelaterade utgifter (Archer 1981, Bajens et al 1997). Här tar man hänsyn till olika konsumtionsbeteende hos olika slags turister och följer effekterna av dessa.

---

<sup>5</sup> I en konkurrens- och innovationsekonomi kommer resurser att gå till dem som kan betala mest för resurserna. Dessa är de som levererar varor och tjänster som genererar mest betalningsvilja. Detta leder till förändringar i relativpriser.

<sup>6</sup> Investering används här något löst. Mer strikt är det en utgift som periodiseras då den antas ha en livslängd på mer än ett år. Om hela investeringen ska vara med i nämnaren på multiplikatorn bör effekter som över flera år som kan knytas till investeringen inräknas.

---

Slutligen den klassiska varianten är den så kallade ”keynesianska” (se bilaga 1) som börjar i en investering och avser att fånga upp efterföljande led som på något sätt är kopplade ekonomiskt till denna investering. Denna skiljer sig från input-output multiplikatorn i det avseendet att den uttryckligen fångar upp den effekt av ringar på vattnet d.v.s. den fångar effekter i mer än ett led, som en investering medför.

I avsnitt 2.3 går vi igenom den ”keynesianska” multiplikatorn i ett lokalt perspektiv då den ger en uppfattning om vilka uppgifter som bör samlas in på lokal nivå för att få en rimlig uppfattning om vilka ekonomiska förhållanden som påverkats.

### 2.2.1 Anledningen till kulturinvesteringen - betalningsvilja

OECD (2005) nämner att undersökningar av betalningsvilja används när ett beslut om en eventuell nyinvestering ska göras och när man vill undersöka hur finansieringen av denna kan legitimeras. I avsnitt 2.5 beskrivs närmare hur denna ansats. Ur ett neoklassiskt perspektiv så anses värde vara summan pengar som en person är beredd att betala (willingness-to-pay) för att få tillgång till varor, tjänster och upplevelser. Den kan även användas när man avser att förändra organisationen av finansiering och produktion av en kulturinstitution.

## 2.3 Att fånga ekonomiska konsekvenser

Beräkningar av direkta och indirekta effekter är nödvändiga för att kunna räkna ut en kulturmultiplikator, vilket är densamma som en form av avkastning under en viss tid för en kultursatsning. OECD (2005) anger uppskattade kulturmultiplikatorer mellan 1,23 och 1,42 (tabell 1) men varnar för att ta några nivåer som självklara.

Tabell 1 OECD redovisade kulturmultiplikatorer

Befolkningstäthet	Museum	Teater
Hög	1,42	1,40
Mellan	1,28	1,26
Låg	1,26	1,23

OECD(2005) primärkälla: Myerscough (1988)

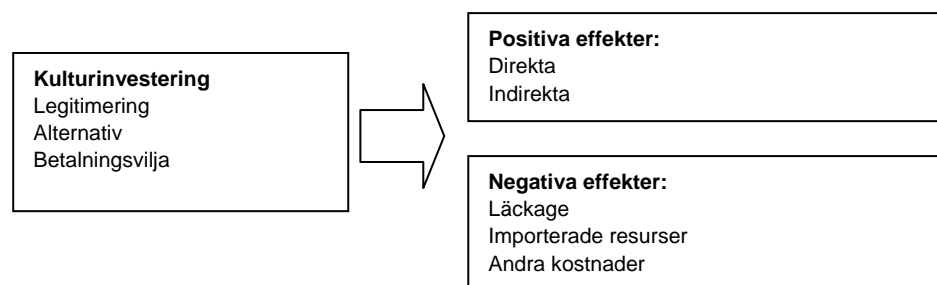
De i tabell 1 angivna värdena ger en fingervisning om troliga nivåer men också en indikation på att ”effekten” av en investering kan förväntas vara större i områden med större befolkning. Detta är en sanning med modifikation som bör förklaras närmare. OECD (2005) betonar på flera ställen att framför allt bör detta tolkas som att ju fler resurser som kan hämtas inifrån den egna regionen desto större blir multiplikatorn (observera att diskussionen begränsas till kulturinvesteringar som innebär inkomster via fler besökare, det vill säga inte varuexport). Att multiplikatorn är högre för områden med hög befolkningsstillväxt kan också vara ett resultat av att man överskattat dess kulturinvesteringseffekter. I en sådan miljö är sannolikheten stor för att det finns ett flertal orsaker som föranlett besökare till regionen vilka kan vara svåra att korrekt urskilja inflytandet av. Att presentera resultatet av en kultursatsning likt tabell 1 kan uppfattas som effektivt men är giltig bara om underliggande beräkningarna är trovärdiga. Vi utgår dock från att en regional aktör har kontroll och kännedom om storleken på den satsning man gör. Vi fokuserar därför på hur man kan gå tillväga för att fånga de ekonomiska konsekvenserna av en kultursatsning. Vad behöver man känna till för att göra de underliggande beräkningarna trovärdiga?

I artikeln *Economic impact of cultural heritage- research and perspectives* (2008) sammanställer Einar Bowitz och Karin Ibenholt (BI) principerna för vad som här benämns *kulturmultiplikator*. Artikeln är en summering av erfarenheterna av att bedöma de ekonomiska konsekvenserna för Röros<sup>7</sup> som kulturarv. Deras analyser av Röros visar på att cirka sju procent av de sysselsatta är ett resultat av Röros status som kulturarv, se avsnitt 2.4 nedan.<sup>8</sup>

I artikeln betonas betydelsen av att bättre ekonomiska uppföljningar av kulturinvesteringar är nödvändig. De uppmärksammar att en mängd påståenden om stora lokala ekonomiska effekter av kulturinvesteringar ofta bygger på otillräckliga underlag och ogenomtänkta resonemang.

I figur 2 nedan beskriver schematiskt de viktigaste komponenterna att sätta siffror på.

Figur 2 Schematisk multiplikatormodell



Modellen ”startar” i och med att en kulturinvestering planeras. Kort kan sägas att om investeringen finansieras med lokala offentliga medel har dessa alltid en alternativ användning. Kulturinvesteringens konsekvenser måste med andra ord vägas mot alternativens konsekvenser. Det finns en rätt omfattande litteratur om hur man mäter betalningsvilja för den här typen av investeringar.

Om finansieringen däremot kommer utifrån kan man på den lokala nivån bortse från hur finansieringen ska legitimeras och endast fokusera på vilka konsekvenser den har.

#### *Positiva effekter*

De positiva effekterna av en investering kan delas upp i direkta och indirekta konsekvenser. De direkta effekterna av en kulturinvestering består i huvudsak av två delar, dels de ersättningar för varor och tjänster som levereras av individer och företag som är etablerade lokalt/regionalt. Löner till anställd personal är en del av sådana ersättningar. Dels utgörs de direkta effekterna av de intäkter som kulturinvesteringen genererar från besökare utanför regionen i form av inträdesavgifter.

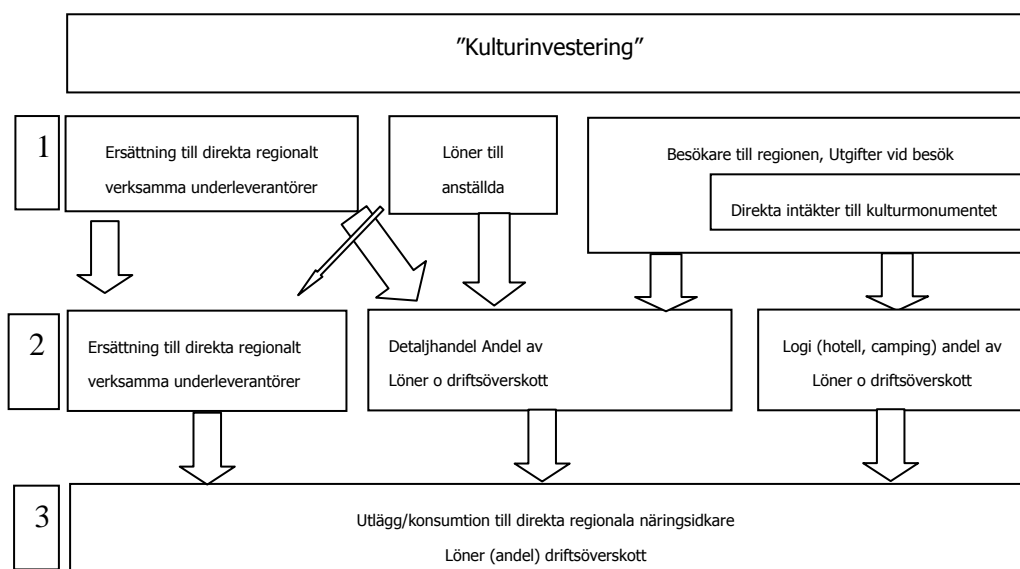
En indirekt effekt uppstår hos dem som exempelvis levererar varor och tjänster till kulturinstitutionen, restaurang och hotell. Den ökade inkomsten för sysselsatta i den lokala ekonomin ger också en effekt genom ökad köpkraft. I Figur 3 anges de direkta effekterna av nivå 1 medan nivå 2 och 3 är de indirekta effekterna (nivå 3 och efterföljande nivåer kallas i OECD (2005) för inducerade effekter).

<sup>7</sup> stad i Norge på UNESCO:s världsarvslista för sin unika trähusbebyggelse. I Sverige känd från bl a vinterscener i *Pippi Långstrump*-filmerna

<sup>8</sup> Artikeln är i stora drag en sammanställning av de erfarenheter som även redovisas av OECD (2005).

De indirekta effekterna utgörs av lokal konsumtion av varor och tjänster som nivå 1 (enligt figur 3) föranleder. Vanligt förekommande är att mäta omsättningsförändringar i detaljhandeln. Alternativt försöker man via enkäter fråga besökare om anledningen till besöket och hur mycket man har spenderat samt på vad.

Figur 3 skiss över "kulturmultiplikatorn" eller ekonomiska bruttoflöden\*



\*Läckage och andra kostnader är inte medtagna

### Negativa effekter

Negativa effekter av kulturinvesteringen består av kostnader och läckage. Med läckage menas de resurser som av olika anledningar köps in utanför regionen. Läckage kan också vara s.k. undanträngningseffekter. Under exempelvis Alpina VM i Åre, trängdes de "vanliga" turisterna undan under evenemanget då det dels blev betydligt dyrare att hyra boende under dessa veckor, dels av att det var fullbelagt. Vid en ekonomisk bedömning av de ekonomiska effekterna av ett evenemang måste bortfallet av den "vanliga" turismen räknas ifrån för att få en korrekt summa (se Pettersson (2007)). I vilken utsträckning detta får genomslag i en ekonomi beror på ekonomins storlek och struktur som exempelvis tillgången på arbetskraft, varor och tjänster. Om det inte finns tillräckligt med resurser på den lokala marknaden uppstår ett läckage ut från ekonomin genom att man måste importera det som saknas av arbetskraft, varor och tjänster. Den lokala ekonomins tillväxt uppstår när inkomstflödet är större än läckaget (Armbrecht & Andersson (2010)).

Utöver läckage uppstår även kostnader. En kulturinvestering som leder till fler besökare kan även medföra trafikproblem, nedskräpning och slitage på kultur och naturvärden som inte fanns tidigare och som bör fångas upp som kostnader.

Resonemanget kring regionala ekonomiska effekter av kultur överensstämmer med de erfarenheter som turism litteratur redovisar och kan sägas följa den merkantilistiska principen d.v.s. att ju mer som produceras inom en region desto större blir nettoexportintäkterna.



---

## 2.4 Rörosundersökningen

Konsultföretaget Econ Pöyri och NIKU genomförde projektet ”Kulturarv och verdiskapning. Økonomisk virkninger av kulturarven på Røros” på uppdrag av den Norska Riksantikvaren under åren 2005 till 2008. Rapporten ”Økonomisk verdiskaping av kulturminner” (notat 2008-036) sammanfattar projektet som bestod av sju olika delprojekt varav ett fokuserade på den uppskattning av det ekonomiska värdet av Röros som kulturarv. Projektet uppskattade att cirka sju procent av sysselsättningen i Röros kunde härledas till Röros status som kulturarv. Röros är en av Europas äldsta trästäder och präglad av gruvdrift från 1600-talet fram till 1980-talet i ett omland av fjäll. År 1980 blev Röros uppfört på Unescos lista på världsarv. Nedan beskrivs i korthet de metoder som använts för att uppskatta de ekonomiska värdena kopplat till Röros som kulturarv.

### 2.4.1 Tillresta besökare

Eftersom den direkta effekten är intäkter av besökare till Röros är den primära informationen, som här är av intresse, uppgifter om tillresta besökare. Standardfrågor är av vilken anledning man besöker Röros, om man är dagsturist eller om en övernattnings gjorts, vilket logival som man har gjort samt hur mycket pengar man har spenderat och på vad. Uppgifter från turismundersökningar kompletteras därefter med uppgifter från andra statistikkällor, framförallt turismräkenskaperna.

I Röros-studien hämtades uppgifter om hur stora konsumtionsutgifterna är i genomsnitt för övernattande besökare utifrån olika logival respektive dagsturistens. Turisternas utlägg utgör en bruttoförändring på den samlade efterfrågan av varor och tjänster lokalt.

I Norge har man statistik på regionala och kommunala uppgifter på antalet gästnätter för ett antal logialternativ. I Röros-studien gjordes två turistundersökningar, en 2005 och en 2006, där sammanlagt 1047 personer deltog. Det framkom att cirka 60 procent av turisterna hade valt Röros på grund av dess historiska särprägel eller för att Röros var en särskilt vacker stad. Att Röros också framstod som ursprunglig och autentisk var det karaktärsdrag som turisterna satte högst. Dessa 60 procent fördelade sig något olika på olika typer av turister, där hotell och konferensgäster hade en lägre andel medan camping och stugturister en högre.<sup>9</sup>

### 2.4.2 Direkta effekter

Den kulturrelaterade efterfrågan härleddes genom att enbart utgå från de utlägg som dessa 60 procent haft, d.v.s. 60 procent av den totala efterfrågan. Tabell 1 redovisar konsumtionen. Här har andelar av respektive turistgrupp, det vill säga antalet utnyttjare per logival, från den lokala turistundersökningen kopplats till de genomsnittvärden som den nationella turismundersökningen uppskattat.

Antalet dagsturister är beräknad från turismundersökningen genom relationen mellan antalet dagsturister och antalet turister med hotell övernattningsdygn. Denna kvot har sedan multiplicerats med kvoten av antalet hotellnätter och genomsnittliga antalet övernattningsdygn. Antalet konferensbesökare har uppskattats efter intervjuer med hotellen i Röros om hur stor andel av konferensgäster som kan tillskrivas Röros som kulturstad.

---

<sup>9</sup> För de flesta finns det fler anledningar till varför man gjort ett besök. I denna undersökning efterfrågande man endast ett svar

Tabell 2 Kulturrelaterad turism

Turist efter logityp	Antal turistdygn	Utlägg per turist och dygn (norska kronor)	Summa utlägg per logityp, miljoner norska kronor
Hotell	41 500	1 151	47,8
Hotell, konferens	18 300	1 151	21,1
Camping	25 000	341	8,5
Stugor	16 500	684	11,3
Dag	24 500	275	6,7
Summa	125 800	758	95,5

Källa Fjose & Bowitz (2008) tabell 5.1

Konsumtionen fördelas mellan olika varor och tjänster. Från andra källor exempelvis Dybedal et al (2006) hämtas uppskattningar av hur olika typer av turister (d.v.s. logi-varianter) fördelar sin konsumtion på olika varor och tjänster.

Utläggen per turist enligt tabell 1 (kolumnen längst till höger) fördelas på olika sektorer som producerar varor och tjänster enligt tabell 2.

I denna tabell redovisas även förhållandet mellan omsättning och antal sysselsatta i respektive sektor. Relationen omsättning per anställd är ett genomsnitt för olika branscher som kan härledas från företagsstatistiken. Denna kopplas ihop med information över vilken typ av konsumtion som tillresta besökare ägnat sig åt. .

Efterfrågeökningen, omsättningsökningen, i pengar som turisterna medfört har därmed omvandlats till en uppskattning av hur många sysselsatta som denna ökning fört med sig. Här uppskattas de direkta effekterna med avseende på sysselsättning av den kulturbetingade turismen till cirka 150 personer (tabell 2).

Tabell 3 Direkt effekt av kulturturismkonsumtion

	Omsättning från kulturminnesrelaterad turism, i miljoner norska kronor	Omsättning per sysselsatt, i miljoner, norska kronor.	Sysselsättningseffekt, antal personer
Hotell och restaurang	55,9	0,5	105,6
Aktiviteter *	14,6	0,5	32,0
Transporter	5,4	0,9	6,4
Dagligvaror	19,5	3,0	6,6
Summa	95,5		<b>150,6</b>

Källa Fjose & Bowitz (2008) tabell 5.2

\*Här har statistik för personliga tjänster använts

### 2.4.3 Indirekta effekter

De verksamheter som får en omsättningsökning med anledning av turisterna förmedlar en del vidare till sina underleverantörer. Här har man för Rörosberäkningen använt det nationella genomsnittet av respektive sektors andel av produktionsvärde som går till insatsvaror. Denna andel har uppskattats för olika verksamheter från input-output tabellerna för 2002. I produktionsvärdet ingår även import av varor och tjänster.

Uppskattningen av den del av efterfrågan som ”stannar” lokalt måste minskas med denna andel. Även här kan en uppskattad andel hämtas från centrala register över input-output flöden.

De indirekta effekterna (nivå 2 i figur 3) uppskattas med andra ord genom att försöka hitta närmevärden till följande relation:

$$\text{Indirekta effekter} = \text{Omsättningsökning} * \text{insatsvarors andel} * (1 - \text{”importandel”})$$

Att överföra omsättningsökningen i underleverantörsledet till sysselsättning kräver dock antaganden om var underleverantörerna lägger sin konsumtion. De norska forskarna finner det mest rimligt att utgå den genomsnittliga kvoten mellan omsättning och sysselsatta för näringslivet i riket och anpassa denna efter den regionala inkomstnivå som i Sör-Tröndelag fall är 90 procent av riket. Man erhåller då *en kvot på 1 miljon norska kronor per sysselsatt*.

Tabell 4 Indirekta effekter i underleverantörsled

	Omsättnings- ökning	Insats- varuhandel	Importandel	Underleverantörs summa (K1*K2*(1-K3))	Sysselsatta
Hotell och restaurant	55,9	0,39	0,7	6,5	6,5
Detaljhandel	19,5	0,39	0,9	0,8	0,8
Personliga tjänster och kultur tjänster	14,6	0,38	0,5	2,8	2,8
Transporttjänster	5,4	0,32	0,5	0,9	0,9
<b>Summa</b>	<b>95,5</b>			<b>11,0</b>	<b>11,0</b>

Källa Fjose & Bowitz (2008) tabell 5.3

De uppskattade indirekta effekterna summeras till 11 miljoner som omräknat till antal sysselsatta blir 11 stycken. De direkta och indirekta effekterna leder till cirka 160 sysselsatta (150 + 11) i Röros. Detta innebär högre inkomster vilket genererar effekter i ett tredje led. Tabellen nedan sammanställer beräkningen av dessa effekter. Summan av effekterna blir: 150,6 + 11 + 5,4 = 166. Att inte mäta indirekta effekter kan följaktligen innebära en underskattning med 10 procent.

Tabell 5 Beräkning av indirekt effekt m a p ökade inkomster

Sysselsättningsökning (direkt och indirekt)	162	Personer
Inkomst per sysselsatt (genomsnitt)	250 000	NKR/sysselsatt
Inkomstökning	40,0	m NKR
Inkomstökning efter skatt (skattesats 30 %)	28,0	m NKR
Ökat sparande (sparkvot 5 %.)	1,0	m NKR
Ökad efterfrågan efter sparande	27,0	m NKR
Ökad efterfrågan på Röros specifika varor och tjänster (importandel 80%)	5,4	m NKR
Omsättning per sysselsatt	1,0	m NKR
<b>Ökad sysselsättning i Röros</b>	<b>5,4</b>	<b>Sysselsatta</b>

Källa Fjose & Bowitz (2008) tabell 5.4

---

#### 2.4.4 Vad tog Rösosstudien inte upp?

I dokumentationen kring Rösosstudien nämner man några effekter som man inte tagit hänsyn till då kostnaderna att ta fram dessa uppgifter var för stora. Dessutom är det rimligt att anta att effekterna är relativt små.

1. Indirekta effekter i ytterligare led. Här beräknas till exempel inte att den ökade konsumtionen leder till skatteeffekter som i sin tur leder till ett högre utbud av kommunal service.
2. De indirekta effekterna med anledning av investeringar. En investering i ökad kapacitet exempelvis en utbyggnad av logimöjligheterna skapar s.k. acceleratoreffekt då de indirekta effekterna får än större utväxling än tidigare.
3. Effekter i form av ökad inflyttning.
4. Undersökningen har inte tagit hänsyn om Rösos utöver kulturminnen i form av byggnader och stadsmiljö även har kulturellerade exportintäkter. Kulturminnena sysselsätter särskilda hantverkare som i princip kan tillverka repliker av Rösos-artefakter och därigenom generera ytterligare kulturminnesrelaterade intäkter.
5. Innebär rikedom på kulturminnen att Rösosboende har ett mindre behov av att konsumera kulturminnen från andra platser? Om så är fallet innebär konsumtionsökningen ett mindre läckage givet att ”kultur” är en s.k. ”lyxvara” med en inkomstelasticitet över 1.

De effekter man bortsett ifrån är alla sådana att denna kan förväntas vara positiva vilket medför att den uppskattning som gjorts ovan underskattar den verkliga multiplikator-effekten.

Naturligtvis vore det intressant och värdefullt att studera dessa frågor närmare men det är komplicerade samband och relativt tidskrävande att genomföra analyserna.

## 2.5 Undersökning av Vara konserthus

### *Bakgrund*

År 1998 beslutade Vara kommunfullmäktige att göra en kultursatsning. Den 1 januari år 1998 bildades Västra Götalandsregionen och Vara kommun låg plötsligt mitt i den nya regionen. I mars år 2002 togs det första spadtaget och den 5 september år 2003 invigdes den nya mötesplatsen för kultur, skola och konferens i Vara. Vara Konserthus drivs av kommunen med stöd av Västra Götalandsregionen och hade cirka 50 000 besökare och 140 föreställningar år 2010<sup>10</sup>.

### *Forskningsprojektet*

Avsnitt 2.5 bygger på J Armbrecht och T D. Andersson studien ”Varas Värde Varar – en studie om värdet av Vara konserthus” som studerar effekter som relaterar ekonomiska och samhällsekonomiska värden som har uppstått av investeringen i kulturhuset i Vara. Studien är ett resultat av ett forskningsprojekt som utförts av författarna vid Handelshögskolan vid Göteborgs universitet och är indelat i tre delar<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> <http://www.vara.se/omoss.4.58aef784115b28a58298000324.html>

<sup>11</sup> För en utförligare beskrivning av forskningsprojektet se J Armbrecht & Tommy D. Andersson (2010) studie ”Varas Värde Varar – en studie om värdet av Vara Konserthus”.

---

Författarna påpekar att för att förstå hur en kulturinstitution kan bidra till kommunal utveckling är det nödvändigt att förstå de mekanismer som kan leda till mätbara förändringar. Allmänt finns en förväntan att en kulturinstitution ska öka den regionala attraktionskraften och bidra till ökad sysselsättning och skatteintäkter. Dock är det inte självklart att det bidrar positivt till den lokala ekonomin.

### 2.5.1 Jämförelser av ekonomisk utveckling i Vara samt i referenskommun

I delprojekt 1 undersöks om det går att spåra några effekter i sekundärdata på kommunnivå genom att jämföra två likvärdiga kommuner med varandra. För att kunna spåra effekterna till kulturinvesteringen samt följa den kommunala utvecklingen i datamaterialet måste satsningen ha ägt rum för mer än fem år sedan. Det var också viktigt att kommunerna var så lika som möjligt till exempelvis storlek och läge. Vara kommun, som hade investerat medel i en kulturattraktion jämfördes med Falköpings kommun, som inte har gjort en liknande satsning. Utifrån befintliga registerdata jämförs de två kommunerna med ambitionen att se om det rent statistiskt gick att urskilja några effekter i kommunernas utveckling under de senaste 10-30 åren.

Analysen visade att det fanns tecken på att investeringen i Varas konserthus hade förändrat kommunens utveckling i en sådan mån att den kunde identifieras i statistiken. Det gick också att utläsa positiva effekter på turismbranschen de senaste fyra åren. Bland annat hade antalet disponibla bäddar ökat. Vilket medförde fler företag och arbetstillfällen. *”Även om företagen betalar skatt och genererar intäkter för kommunen, är det inte självklart att personerna som äger och jobbar i de nya företagen bor i Vara kommun”* (J Armbrecht & T D.Andersson 2010).

### 2.5.2 En beskrivning av ekonomiska effekter i Vara kommun

I delprojekt 2 bygger forskarna vidare på resultaten från den första delen och kompletterar med enkätundersökningar för att mer detaljerat studera de ekonomiska effekterna av konserthus i kommunen. Besökarna har fått fylla i en enkät med frågor kring vad de skulle vara villiga att betala och vad de verkligen betalade<sup>12</sup>. Skillnaden mellan dessa två värden kallas för konsumentöverskott (CS i figur 4 nedan) och beskriver att besökaren har spenderat mer eller mindre pengar än det upplevda värdet. Måttet indikerar om besökaren förväntade sig mer eller mindre än vad de upplevt.

Datainsamlingen för Vara konserthus baseras på ett urval föreställningar (nio stycken under år 2008). Ett slumpmässigt urval av besökarna tillfrågades om att delta i en internetbaserad undersökning. Svarefrekvensen var 53 procent och resultatet från enkätundersökningen visar att de flesta besökarna var mellan 50 och 70 år och hade en genomsnittlig högre inkomst än riket i snitt vilket författarna menar är positivt eftersom Vara tillhör den grupp av kommuner som ligger under riksgenomsnittet. Över 90 procent av besökarna kom till Vara för att i första hand besöka konserthuset. Cirka 79 procent av besökarna var tillresta (längre än 2 mil) och lika stor andel var ”återbesökare”.

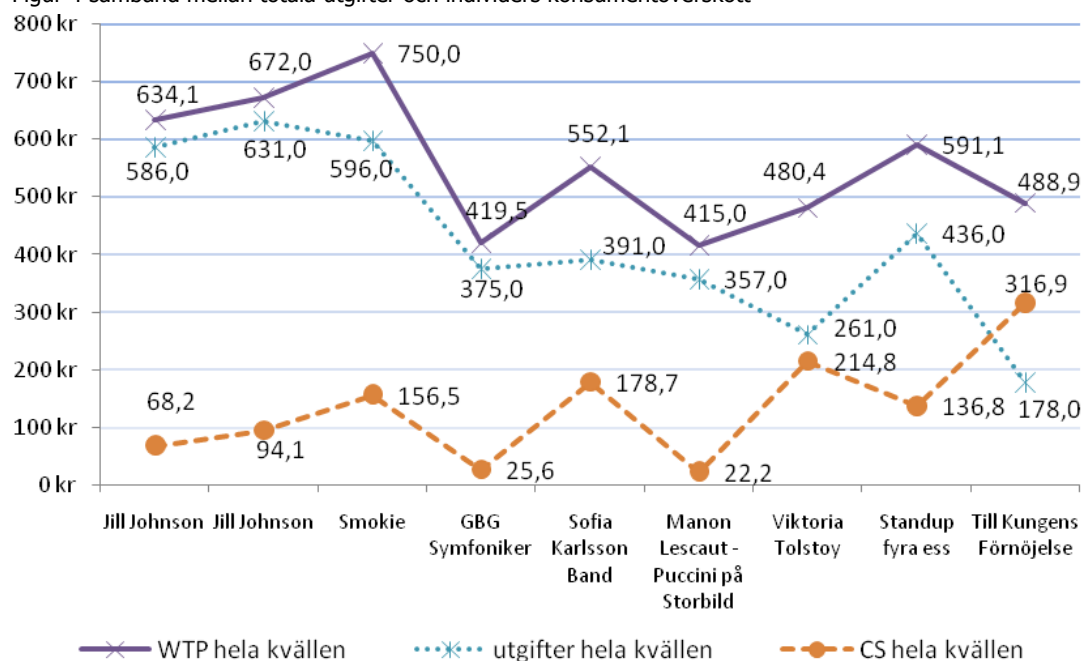
I studien har de s.k. pengaflödena kategoriserats i entrébiljetter, shopping, mat och dryck inom och utanför konserthuset samt logi och övriga aktiviteter. Ur enkäten framgår också att de som är tillresta spenderar betydligt mer än ”lokalbefolkningen”.

---

<sup>12</sup>Bilaga 2 ger en kort sammanställning av begreppen. För en mer utförligare genomgång se stycke 4.1.2 i Armbrecht & D. Andersson (2010) studien ”Varas Värde Varar – en studie om värdet av Vara konserthus”.

I figur 4 nedan kan vi se resultatet kopplat till de utvalda nio föreställningarna. Här framgår vad respondenten sa sig vara villig att betala för hela kvällen, den hypotetiska kostnaden, (WTP)<sup>13</sup> – utgifter hela kvällen (den faktiska kostnaden) = (konsumentöverskott) CS<sup>14</sup>.

Figur 4 samband mellan totala utgifter och individers konsumentöverskott



Källa: Armbrrecht och Andersson

Exempelvis den kvällen som GBG Symfonikerna hade konsert spenderade varje besökare i genomsnitt 375 kronor. När de tillfrågades om hur mycket de, rent hypotetiskt, vara villiga att betala för kvällen (vad de tyckte kvällen var värd) blev genomsnittet per besökare 419,50 kronor. Det genererar ett konsumentöverskott på cirka 25,60 kronor. Synonymt kan vi studera föreställningen ”Till kungens förmöjelse” där kostnaden för kvällen var 178 kronor medan man var villig att betala 488,90 kronor vilket gav ett konsumentöverskott på hela 316,90 kronor.

Författarna gör antagandet att Vara konserthus hade 35 000 besökare varje år. Med det som utgångspunkt och det genomsnittliga upplevda värdet på 528 kr, blir den aggregerade betalningsviljan 18,5 mkr, totala utgifter 8,2 mkr (i genomsnitt 234 kr) samt konsumentöverskottet 10,3 mkr (i genomsnitt 294 kr).

<sup>13</sup> Willingness-to-pay

<sup>14</sup> Consumer surplus.

Definition enligt Nationalencyklopedin- Konsumentöverskott, inom nationalekonomin skillnaden mellan det en person maximalt är villig att betala för en efterfrågad kvantitet av en vara eller tjänst och det han eller hon måste betala för denna kvantitet.

### 2.5.3 Kultursatsningens effekt i regionen

I delprojekt 3 studeras den regionala effekten av kultursatsningen i termer av värde, livskvalitet och attraktionskraft. Här är ambitionen att försöka kartlägga de värden som Vara konserthus skapar bland olika befolkningsgrupper oavsett om man har besökt konserthuset eller ej<sup>15</sup>. I studien används metoden CMV (Contingent Valuation Method) och begreppet ”icke-brukarvärde” som delats in i *optionsvärde* (sprida värdet till andra delar i regionen) *arvedelsvärde* (bevara värdet för framtida generationer) och *existensvärde* (förmåga att påverka individers identitet och välvärd genom dess existens) Riksantikvarieämbetet (2002). 250 respondenter från Vara och 350 stycken från Västra Götaland valdes slumpmässigt ut för telefonintervjuer. Frågorna behandlar bland annat om de har besökt konserthuset, om utbudet motsvarat deras kulturintresse, om konserthuset bidrar till ökad livskvalitet, om man är villig att betala skatt för att bevara, och hur mycket. Tabell 5 och 6 nedan visar Icke-brukarvärden för Västra Götaland respektive Vara kommun. Kort kan sägas att ju närmare konserthuset en respondent bor, ju större värde får konserthuset.

Tabell 6 Icke-brukarvärde för Västra Götaland

Kategori	Antal	Max	Min	Medel	Std
Optionsvärde	241	0	1400	84	165,9
Arvedelsvärde	246	0	700	90	151,1
Existensvärde	267	0	650	29	70,3
Totalt värde	252	0	2100	203	332,1

Källa: Armbrecht och Andersson

I tabellen ovan kan vi utläsa vad de i Västra Götaland i genomsnitt ”hypotetiskt” var villiga att betala för konserthuset. För att omsätta dessa resultat till en regional dimension är det möjligt att multipliceras värdena med den totala befolkningen i Västra Götaland som är över 16 år och därigenom få det totala värdet som skapas på regional nivå. För befolkningen i Vara kommun har konserthuset en större betydelse. Siffrorna nedan visa att det finns en något större genomsnittlig betalningsvilja lokalt. Genom att på samma sätt multipliceras värdena med den totala befolkningen i Vara kommun kan man få fram värdet som skapas på lokal nivå. Noterbart är att existensvärdet inte skiljer sig nämnvärt åt lokalt och regionalt.

Tabell 7 Icke-brukarvärde för Vara kommun

Kategori	Antal	Max	Min	Medel	Std
Optionsvärde	185	0	1500	122	219,3
Arvedelsvärde	186	0	1000	149	229,5
Existensvärde	201	0	1000	38	107,1
Totalt värde	185	0	2500	309	474,6

Källa: Armbrecht och Andersson

<sup>15</sup> För en genomgång av forskning kring dessa frågor och en utförligare beskrivning av metod se kap 5 i studien ”Varas Värde Varar – en studie om värdet av Vara konserthus” Armbrecht & D. Andersson (2010)

Genom att aggregerad icke-brukarvärdet på en kommunal och regional nivå är det möjligt att dra slutsatsen om det totala värdet som skapats i Vara kommun och Västra Götaland. Exempelvis utgår studien från att den totala befolkningen över 16 år i Vara kommun är 12 966 personer genom att multiplicera antal personer med medelvärdet får man fram det totala värdet för kommunen.

Tabell 8 Ackumulerade värden för Vara kommun

	Optionsvärde	Arvedelsvärde	Existensvärde	Totalt värde
Medelvärde	122	149	38	309
Antal personer	12 966	12 966	12 966	12 966
Totalt värde i kr	1 584 772	1 937 170	495 514	4 006 494

*Källa: Armbrecht och Andersson*

Sammanfattningsvis kan konstateras att första delen försöker fånga effekter kring konserthuset i befintliga dataregister och konstaterar att det tar ett antal år innan man kan utläsa hela effekten i registerdata. I del 2 och 3 mäts vilket ekonomiskt bidrag konserthuset har skapat lokalt och regionalt. Författarna menar att en stor andel av värdet skapas utanför kommunens gränser vilket pekar på att regionen som helhet gynnas av konserthuset. Vidare poängterar författarna att i den andra delen av studien kan det finnas motsättningar mellan de företagsekonomiska - och de samhällsekonomiska målsättningarna. Och att genom att skapa en kulturell attraktion i ett mindre samhälle som Vara innebär en stor finansiell insats och organisation. Men det kan också skapa en förändring i samhället som i sin tur skapar relationer mellan individer och bygger upp nätverk som främjar den lokala utvecklingen.

## 2.6 Avslutande kommentarer

I detta avsnitt beskrivs de delar vars betydelse vi vill understryka. Utgångspunkt har varit en av de tre dimensioner av utvecklingsdynamik i vilken kultur spelar roll och då framför allt i mindre orter. Kulturinvesteringar som verktyg för att öka regionens attraktionsvärde för externa besökare.

Beräkningar av kultursatsningars effekter, kan likt många andra ansträngningar på det ekonomiska området, göras nära nog hur komplicerade som helst. Vi har valt att fokusera på det faktum att mycket få undersökningar av kulturinvesteringars effekter har gjorts fram till idag. Därför har vi försökt att beskriva de mest nödvändiga beräkningar en aktör bör göra för att ha ett primärt material som kan användas som en indikator på vartåt det lutar.

Regionerna i de två redovisade studierna har den gemensamma utgångspunkten att skapa regional utveckling via en kulturattraktion. De två framförda exemplen belyser på olika sätt hur man kan undersöka de ekonomiska effekterna av en kultur.

Studien om Vara lyfter fram kulturinvestering som ett verktyg för att skapa regional identitet och attraktionskraft. Rörosstudien huvudfokus är däremot att belysa ett mer strikt ekonomiskt sätt att mäta effekten av kulturattraktionen i bland annat termer av antal sysselsatta. Studierna om Röros och Vara beskriver rent praktiskt hur undersökningar kan utföras och vilken information som en regional aktör bör ta fram för att kunna uppskatta värdet av en kulturinvesteringens lokala ekonomiska inflytande. Den ekonomiska effekten som mäts i exempelvis betalningsvilja kan ses som ett komplement till multiplikatoransatsen.



---

### *Det nationella ansvaret*

Ansvaret för att förbättra kunskapen kan delas upp i ett nationellt och ett regionalt sådant. Vi uppfattar att följande arbetsfördelning är realistisk och relevant. Nationen ansvarar för att turismräkenskaperna är tillförlitliga och med god precision. Regionaliserade kulturräkenskaper skulle också kunna vara ett utvecklingsområde se nästa kapitel.

Både undersökningen av Vara konserthus och Rörosundersökningen är ett exempel på hur genomsnitt uppskattade av nationell statistik som input-outputtabeller, branschdata och turismräkenskaper har använts för att härleda regionala storheter på direkta och indirekta effekter. Dessa effekter är uppskattningar som har fel i den omfattning som genomsnittet inte är representativa för regionen. Det nationella ansvaret är att leverera nationell statistik som har lågt slumpfel. En fördel är om dessa uppskattningar även kan beräknas till en regional nivå. Nästa kapitel anger att det finns möjligheter att utveckla den nationella statistiken härvidlag.

### *Det regionala ansvaret*

I samband med satsningar som har syfte att stärka ortens varumärke och attraktionsvärde bör regelmässigt lokala effektundersökningar genomföras. På den regionala nivån ligger dock ansvaret på den regionala aktören att sådana undersökningar genomförs. Det ligger på den regionala aktörens ansvar med andra ord att:

1. Ha kontroll över storleken på (den lokala delen av) kulturinvesteringen.
2. Genomföra trovärdiga besöksundersökningar
3. Genomföra uppskattningar av direkta och indirekta effekter. I dessa är det av vikt att olika former av läckage identifieras.

Syftet med en turist/besöksundersökning i detta sammanhang är att härleda hur stor andel av besökarna som kommer av en viss anledning samt vilken karaktär på utlägg dessa besökare har haft. OECD (2005 sid 87) illustrerar betydelsen av hur frågor formuleras med några exempel.

- *Skulle du komma hit även om kultursatsningen xx inte gjordes?*

(Om besökaren svarar NEJ på denna fråga kan man anta att 100 procent av utlägg i samband med besöket är föranlett av kultursatsningen) om svaret är JA måste man försöka kvalificera vilka utlägg som kan härledas från kultursatsningen. Nästa fråga är då lämplig att gå vidare med

- *Skulle du minska dina utlägg om kultursatsningen xx inte hade gjorts?*

Om svaret på denna fråga är NEJ så har inte kultursatsningen påverkat utläggen alls. Om däremot svaret är JA kan man gå vidare med att kvalificera mer noggrant.

För en dagsturist eller en boende i regionen bör en alternativ fråga ställas till den första frågan ovan.

- *Skulle du ha besökt något annat eller spenderat pengar på något annat om kultursatsningen xx inte hade varit fallet?*

Om svaret är NEJ så kan alla utlägg hänföras till kultursatsningen. Att genomföra besöksundersökningar medför också andra tekniska svårigheter som att korrekt identifiera en population av besökare vilket refererar delvis om traditionell marknadsundersökningsmetodik

---

Ovanstående illustrerar att det är möjligt att med lämpliga frågor få en uppskattning av andelen av besökare som man skall utgå ifrån vid beräkningar av de direkta och indirekta effekterna för vilka man kan utnyttja nationella statistiska uppskattningar.

#### *Slutord*

Vid sidan om den allmänna betydelsen att vid kultursatsningar göra besöksundersökningar och fånga upp direkta och indirekta effekter poängterar OECD (2005) de dimensioner som påverkar multiplikatorns storlek och finner att följande erfarenheter kan dras.

- Insatsvaror/tjänster bör så långt som möjligt hämtas från regionen

För en liten ort är kanske den stora utmaningen att mobilisera ortens resurser så att de kan användas på ett flexibelt sätt. Den sedvanliga historien om att ortens befolkning inte kan "möta" turister och ge service medför att resurser lämnar orten när den inhyrda arbetskraften lämnar orten.

Ortens förmåga att utnyttja sitt "sociala" kapital kan vara det som skiljer förlust från framgång.

- Stöd komplementära aktiviteter

Detta kan låta självklart men konsten att utnyttja resurser optimalt är just att hitta hur de kan stärka varandra.<sup>16</sup>

- Varaktigheten är viktig

Det råder fortfarande brist på goda undersökningar som beräknar trovärdiga multiplikatorer från olika typer av satsningar. Återkommande händelser, det vill säga att bygga en tradition, har påvisats få större resultat än enstaka satsningar. I en nytutgiven antologi åskådliggörs dessa förhållanden och problem som kan uppstå när man försöker agera på regional nivå med bland annat exempel från Hultsfredsfestivalen.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Lindeborg & Lindkvist Red (2010) "Kulturens kraft för regional utveckling" (Nilsén "system för kreativitet") SNS förlag 2010

<sup>17</sup> *ibid*

---

### 3 Kulturräkenskaper?

I förra kapitlet behandlades den regionala dimensionen och i detta kapitel ligger fokus på den nationella och till viss mån den internationella nivån. Att det finns en vilja att mäta kulturnäringsarnas och kulturens betydelse i ekonomiska termer i form av andel av BNP bottnar framförallt i den ökade uppmärksamhet de så kallade kultur och/eller kreativa<sup>18</sup> näringarna fått de senaste 15 åren. Om kulturnäringsarnas andel av BNP ökar över tiden är detta ett belägg för att politiken i högre grad måste förhålla sig till denna ”sektor”. I detta avsnitt använder vi dock enbart uttrycket kulturnäringsar som begrepp för dessa intressen.<sup>19</sup>

Internationellt har både Finland, Kanada och Spanien upprättat kulturräkenskaper och fler länder har börjat undersöka möjligheten att göra detsamma<sup>20</sup>. Detta kapitel belyser problematiken med att upprätta denna typ av räkenskaper. Ett dilemma är att om länderna utgår från olika definitioner av kulturnäringsar när de beräknar sina kulturräkenskaper så påverkar det möjligheten att göra jämförelser mellan länderna<sup>21</sup>.

Följande frågor kommer behandlas:

1. Vad är kulturräkenskaper?
2. Är det möjligt att upprätta kulturräkenskaper i Sverige?
3. Kan man jämföra Svenska kulturräkenskaper med andra länder?
4. Är det möjligt att upprätta regionala kulturräkenskaper?

#### *Innebörden av räkenskaper*

Nationalräkenskaperna (NR) är den mest etablerade modellen för studier av samhällsekonomin sedd ur ett helhetsperspektiv. Bakgrunden är dels dess koppling till makroekonomisk teori dels till den standardisering som utvecklats under många år i FN:s System of National Accounts (SNA).

EU, OECD och IMF förordnar användandet av SNA för att beskriva nationens ekonomi till exempel som underlag för konjunkturpolitik och ekonomisk planering. Sverige som medlem i EU följer 95, manualen för de europeiska nationalräkenskaperna. Esa95 föreskriver vilka tabeller med information som varje medlemsland ska producera samt vilka definitioner som ska användas för statistiken. Insamlingsmetoderna av den underliggande statistiken till nationalräkenskaperna varierar mellan länderna. Några länders data bygger till stor del på registerdata på populationer medan andra länder har urvalsundersökningar för datainsamlingen.

Begreppet räkenskaper används för att systemet är upplagt med konton som ska summeras till lika stora totalsummor likt traditionella konton inom bokföringen. Försörjningsbalansen är summan över kontona för de tillgångar som nationen har vilka ska vara lika stora som summan för kontona som utgör den totala användningen av dessa tillgångar.

---

<sup>18</sup> *Cultural and creative industries (CCI)*

<sup>19</sup> *Se diskussion ITPS(2008) och avsnitt 3.4 nedan*

<sup>20</sup> *Ministry of education, Finland 2009:13*

<sup>21</sup> *Gordon and Beilby-Orrin*

Tabell 9 Försörjningsbalans, produktion och användning

Tillgångar	Användning
Förädlingsvärde	Privat konsumtion
Import	Offentlig konsumtion
	Investeringar (brutto och lager)
	Export

Tillgångar är det som nationen importerar eller själv producerar. Produktionen kan delas upp i insatsvaror och förädlingsvärde. Insatsvaror är det ett företag behöver köpa in för att kunna producera. Förädlingsvärdet är det värde som ett företag tillför i produktionen.

För en bildkonstnär är duk, färg och penslar insatsvarorna i produktionen, där förädlingsvärdet är det realiserade värde som tillförs konstnären i form av lön/driftsöverskott vid en försäljning av verket. Att verket dessutom kan ha ett ”konstnärligt” värde som kan beskrivas annorlunda än försäljningsvärdet tillhör en annan diskussion.<sup>22</sup>

Användningen är det vi konsumerar eller det som vi väljer att investera eller exportera istället för att konsumera. För konstnären kan tavlan här antingen köpas av privata samlare (privat konsumtion) eller inköpas med offentliga medel som en del i utsmyckningen av det offentliga rummet eller till en konstsamling på ett museum eller liknande. Verket kan också betraktas som en investering om ett företag köper in konst i syfte att öka trivseln på arbetsplatsen för att få en ökad produktion.

BNP som är ett mått på den totala ekonomiska aktiviteten i landet under en period kan summeras upp via förädlingsvärdet från ”tillgångssidan”. Från ”användningssidan” motsvarar BNP summan av konsumtion och investeringar samt nettoexporten. Att beräkna den andelen av nationalräkenskaperna (NR) som utgörs av kultur innebär att kunna avgränsa vad som är både förädlingsvärde från kulturproduktion och vad som är användning av kultur. Där det är varje lands ekonomiska statistiksystem som sätter gränserna för hur väl det är möjligt att urskilja ekonomiska aktiviteter som refererar till kultur.

### 3.2 Kulturräkenskaper

All ekonomisk verksamhet som kan kopplas till kultur är redan med i NR då dessa ska omfatta hela rikets ekonomi. För att särredovisa kulturen i ekonomiska termer och kalla redovisningen för kulturräkenskaper behöver vi använda samma statistikkällor och anpassningar av statistiken som i NR.<sup>23</sup> Man redovisar däri vad som är kultur av nationalräkenskaperna respektive delar. Denna metod kallas satelliträkenskaper, då man i samma system, men vid sidan av, upprättar räkenskaper för ett tema – här benämnt kulturräkenskaper.

<sup>22</sup> Förädlingsvärde uppstår endast vid försäljning. Osålda bilar har inget förädlingsvärde utan omfattar endast de kostnader som förbrukats vid produktionen av dem.

<sup>23</sup> De justeringar som krävs för att tillgångar ska vara lika med användningen.

---

Andra områden där man upprättat satelliträkenskaper för att redovisa ett tema är: turism-, hälso- samt miljöräkenskaper.<sup>24</sup> Tidigare har IT-räkenskaper varit aktuellt i samband med diskussionen att mäta den ”nya ekonomin” (SOU 2002:118), men detta realiserades inte.

Kulturräkenskaper innebär att identifiera förädlingsvärdet från all kulturproduktion och summan av all användning av kultur. Denna avgränsning eller identifiering av produktion och användning utgör ett problem. Där är det respektive lands ekonomiska statistiksystem som sätter gränserna för hur väl det är möjligt att urskilja kulturellt ekonomisk aktivitet.

Erfarenheten från Finland, Kanada och Spaniens arbete med kulturräkenskaper har varit att det finns ett behov av att göra förbättringar i statistiken för att kunna särskilja kulturnärings från övrig verksamhet. Kanada och Spanien har genomfört förändringar i befintligt statistikinsamling och även samlat in ny statistik för att kunna mäta kultureffekter.

### 3.3 Internationella jämförelser

Om man jämför den av Tillväxtanalys föreslagna svenska definitionen av kulturnärings med den definition som Spanien och Finland använt i deras kulturräkenskaper är den största skillnaden att den svenska föreslagna definitionen för kulturnärings är snävare avgränsad kring kulturens kärna. Både Spanien och Finland har med stora delar av Sveriges definition, men inkluderar också produktion i nära anslutning till den kulturella produktionen. Exempelvis räknar Finland med tillverkning av svartvaror<sup>25</sup>, handel med kulturella varor och kulturutbildning som inte ingår i den svenska definitionen.

I Finland har man valt att definiera kulturproduktion enbart efter branscher eller andelar av branscher. Man påtalar också att den största metodologiska frågan för kulturräkenskaper är valet av vilka branscher man väljer att inkludera i kulturnärings och att man kontinuerligt bör utvärdera vilka branscher som ska räknas in i kulturen och vilken andel av branschens produktion som är kulturell. I Spanien ingår branscher, produkter och även utbildningar i definitionen på kultur. Idag finns det flera försök till att harmonisera kulturstatistiken mellan länderna. Unesco har tagit fram ett internationellt ramverk för kulturstatistik som vare sig Finland, Kanada, Spanien eller Sverige följer<sup>26</sup>. Sverige är delaktigt i ett arbete som är initierat av EU-kommissionen i samarbete med Eurostat<sup>27</sup> och kommer att pågå fram till år 2012.

#### 3.3.1 Kulturens ekonomiska andel i Finland och Spanien

Resultatet från kulturräkenskaperna i respektive land redovisat i form av hur stor andel kulturekonomin utgör mäts i BNP-andel. I Finland visar man på att under perioden 1995-2003 får kulturen en mindre ekonomisk betydelse i samhället<sup>28</sup>. I Spanien är det en svag minskning av kulturens andel av BNP under perioden 2000-2007<sup>29</sup>. Kanada har en oförändrad nivå under perioden 1996-2002<sup>30</sup>. Då det finns stora skillnader i definition av

---

<sup>24</sup> SCB 2007:5

<sup>25</sup> Varor som är avsedda för att spela in eller spela upp ljud och bild. T.ex. TV, kameror, stereo, datorer, tomma dvd-skivor, etc.

<sup>26</sup> UNESCO 2009

<sup>27</sup> ESSnet

<sup>28</sup> Ministry of Education of Finland (2009)

<sup>29,29</sup> Ministry of Culture of Spain(2009)

<sup>30</sup> Statistics Canada (2005)

---

kultur emellan länderna bör man tolka resultatet försiktigt och inte göra några direkta jämförelser mellan länderna.

Noterbart är att den föreslagna svenska definitionen av branscher enbart är angiven i SNI 2007. Anledningen till det är att Tillväxtanalys har bedömt att tidigare näringsgrensindelning varit för grov för att kunna avgränsa kulturnärings i Sverige. Vilket får till följd att det inte är möjligt att ta fram branschstatistik för kulturen före år 2007.

### 3.4 Svenska kulturräkenskaper?

#### 3.4.1 Kulturproduktion

Följande stycke inriktas på hur väl och om det är möjligt att mäta kulturen i delarna av tillgångar och användning utifrån befintlig statistik i Sverige. Denna del blir något teknisk men ambitionen är att beskriva komplexiteten i att upprätta kulturräkenskaper. Där det finns svårigheter att avgränsa kulturen diskuteras möjligheter till förbättringar. Kulturtillgångar delas upp i privat och offentlig kulturproduktion då statistikällorna är olika.

#### *Definition av kulturnärings*

Vad är kultur? Det finns många olika svar på vad som är kultur. För att kunna välja ut vad som är ekonomiska effekter av kultur behövs först en definition av vad som är kultur. I Sverige har Tillväxtanalys<sup>31</sup> valt att definiera kulturnärings efter Thorsbys nomenklatur, som innebär att majoriteten av värdet ska vara kulturellt i form av estetik, andlighet socialt, historik, symbolik eller autentisk.

Tabell 9 Thorsbys nomenklatur över kulturvärden

Estetik	Skönhet, harmoni och form
Andlig	Värden av sekulär eller religiöst innehåll som återspeglar människans strävan efter meningsfullhet
Social	Värden som skapar socialt sammanhang mellan individer
Historia	Värden som tillfredsställer behov av historisk förankring
Symbolisk	Individer kan ge mening åt föremål och händelser som därmed blir symboler.
Autentisk	Värden av originalitet, genuinitet

*Källa: Thorsby 2001 s 28f*

Utifrån denna nomenklatur har Tillväxtanalys avgränsat den svenska kulturproduktionen i statistiken som en ”trident” (se nedan) med ett antal branscher, produkter och yrken<sup>32</sup>.

- En bransch, enligt näringsgrensindelningen, räknas med när huvudsaken av vad den producerar kan tillskrivas Thorsbys kulturnomenklatur, exempelvis bokutgivning, museiverksamhet och artistisk verksamhet, etc.
- I två fall har det funnits produkter som till huvuddelen är kulturella, men där branschen som helhet inte kan klassificera in i definitionen kulturnärings. I de

---

<sup>31</sup> Tillväxtanalys 2009:06

<sup>32</sup> Se bilaga 3

fallen har man valt att ange produktionen av produkterna datorspel och reklamdesign som kulturprodukter.

- Ett yrkes bidrag till produktionen kan vara kulturellt utan att branschen behöver ha en stor andel kulturella värden i sin produktion. En formgivare som arbetar i bilbranschen är ett exempel på detta.

#### *Kulturtridenten*

Det totala kulturvärdesproduktionen ska teoretiskt uppskattas med summan av förädlingsvärden av vad denna kulturvärdesproduktion motsvarar. Förädlingsvärdena består av dels lönesummorna för de sysselsatta dels de driftöverskott som dessa lönesummor kan hänföras till. Figur 5 nedan beskriver denna produktion med den s.k. ”tridenten”. De tre grå fälten är de områden som utgör den ekonomiska ”kultursektorn”. Den består alltså av ”kultur”-yrken sysselsatta inom ”kulturnäringsar” samt av ”icke-kulturyrken” som också är sysselsatta inom kulturnäringsar, förmodligen som ”stödfunktioner” till kulturvärdeproducenterna. Slutligen består sektorn av de med kulturyrken sysselsatta utanför kulturnäringsarna.<sup>33</sup>

Det är rimligt att anta att lönesummorna för dessa yrkens är en del av förädlingsvärdet med avseende på kultur som produceras utanför kulturnäringsarna. Trident-ansatsen är med andra ord ett sätt att fånga storleken på hela ekonomin inom ett identifierat område. Att enbart använda kulturnäringsars produktion av kulturvärden leder till en underskattning av produktionen av kulturvärden i NR. Genom att använda trident-ansatsen minskas denna underskattning av kulturvärdesproduktion.

Figur 5 illustration av total kulturvärdesproduktion, Kulturtridenten

		Bransch / Produkt	
		Kulturnäringsar	Övriga näringar
Yrke	Kulturyrken	Lönesumma inkl sociala avgifter	Lönesumma inkl sociala avgifter
	Övriga yrken	Lönesumma inkl sociala avgifter	
		Driftöverskott	

Metoden att med att använda tridentansatsen har betydligt bättre möjlighet att fånga kulturproduktion än andra länder som bara definierar kulturverksamhet från branscher d.v.s. efter huvudsaklig näringsgrenstillhörighet. I Sverige kommer ca 40 procent av de

<sup>33</sup> Denna trident-modell som bygger på tre fält med kombinationer av kulturell verksamhet i form av yrken och branscher har använts av Stephen Higgs och Stuart Cunningham i Australien, NESTA i Storbritannien och det Franska kulturministeriet. Även Kanadadefinierar kulturen utifrån branscher, yrken och produkter. Statistics Canada (2004,) Higgs, Cunningham & Bakhshi (2008,

---

sysselsatta inom kulturproduktion från verksamheter som definierats via produkt eller yrke<sup>34</sup>. Nackdelen är att det ställer något högre krav på det nationella statistiksystemet.

Den anförda definitionen som bara tar med verksamheter där förädlingsvärdet domineras av kulturvärde ger större möjligheter att finna det unika med kulturnärings. En konsekvens blir dock att kulturnärings enligt denna definition blir mindre än för de länder som inkluderar i sina kulturnärings närliggande verksamheter som till exempel distribution och försäljningsled.

### *Privat kulturproduktion*

Kulturproduktionen definieras av branscher, produkter och yrken. Där tittar vi på möjligheterna att mäta förädlingsvärde, sysselsatta och lönekostnader.

Det kulturella utbudet från företag på branschnivå<sup>35</sup> kan hämtas från SCB:s statistik över företagens ekonomi som även används av NR. Statistiken på företag baseras till stor del på register och är av god kvalitet vilket ger bra förutsättningar för att avgränsa kulturnärings och dess förädlingsvärde och sysselsatta<sup>36</sup>.

I två fall har branschindelningen varit för grov för att kunna identifiera kulturproduktionen. I dessa fall har man istället valt att använda produkterna:

6 201 003 Datorspel (original)

7 311 102 Reklamdesign och konceptutvecklingstjänster

För att räkna fram förädlingsvärde, sysselsatta och lönekostnader kopplade till produkten i en bransch föreslår SCB att produktens omsättningsandel av branschens omsättning motsvarar produkten motsvarande andelsproportion av förädlingsvärdet, antalet sysselsatta och löneutgifter. Till exempel om en produkts omsättning är fem procent av branschens omsättning antar man även att produkten också har fem procent av branschens förädlingsvärde, sysselsatta och lönekostnader.

Produkten datorspel samlas idag inte in separat. Under arbetet med denna studie meddelade SCB att de ser över om det är möjligt att göra en separat insamling av produkten datorspel. För reklamdesign och konceptutvecklingstjänster sker all produktion i en bransch<sup>37</sup>. Där är produktens omsättningsandel 2,7 procent av branschens omsättning och då antas det även att produkten har 2,7 procent av lönekostnaden, förädlingsvärdet och sysselsatta i branschen.

För de yrken som ingår i kulturella branscher är de ekonomiska effekterna redan med i räkenskaperna från branschdata. Utöver dessa yrken vi vill fånga in i kulturräkenskaperna de yrken som tillför förädlingsvärde i form av kulturvärde men som är verksamma utanför för de identifierade kulturnäringsarna. Vid beräkning av förädlingsvärde för kulturyrken använder man lönekostnaden som ersättning av förädlingsvärdet. Lönekostnaden antas avspeglade det värde som arbetet tillför produktionen i form av förädlingsvärde.<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> Tillväxtanalys 2009/054

<sup>35</sup> Svensk näringslivsindelning 2007 (SNI07)

<sup>36</sup> Se bilaga 3

<sup>37</sup> SNI 731R reklamverksamhet

<sup>38</sup> Dessa yrkens bidrag till driftöverskottet för branscher utanför kulturnäringsarna inräknas emellertid inte vilket medför en underskattning av kulturproduktionens förädlingsvärde



---

Ett problem med yrkesstatistiken är att bortfallet i statistiken är stort, vilket främst gäller företag med 0-1 anställda. Ska man kunna använda yrken i kulturräkenskaperna är det angeläget att yrkesstatistiken förbättras för det minsta företagen. En utveckling av yrkesstatistiken skulle även ge nya möjligheter att studera på arbetsmarknadsfunktionssätt, t.ex. matchning mellan av utbud och efterfrågan på arbetsmarknaden. Detaljerade uppgifter om yrkesstatistikens förbättringsmöjligheter finns i bilaga 4.

### *Offentlig kulturproduktion*

I nationalräkenskaperna redovisas offentlig produktion av kulturvärden i kategorin: Fritidsverksamhet, kultur och religion. För att finna finare indelning för offentlig kulturproduktion behöver man titta på mikrodata i offentliga finanser. Kulturrådet har i ”kulturens pengar 2002”<sup>39</sup> visat att det är möjligt att redovisa kulturen på en finare nivå. En vidareutveckling av denna redovisning som också tar hänsyn till kulturens definition i branscher, yrken och produkter är angelägen om man ska upprätta kulturräkenskaper i Sverige.

Noterbart är också att man i offentlig kulturproduktion bör räkna in offentliga institutioner vars syfte är att finansiera eller bedriva kulturell verksamhet som inte omfattas av branschindelningen för kulturproduktion i den kulturella ekonomin, t.ex. Kulturrådet.

### 3.4.2 Kulturanvändning

Konsumtionen delas upp i privat konsumtion och offentlig konsumtion då insamlingsmetoden av den ekonomiska statistiken är olika. Offentlig och privat konsumtion av kultur är ofta sammankopplade. Exempelvis, när en person går på en teaterföreställning eller ett museum är den totala konsumtionen uppdelad i den privata konsumtionen som är priset på biljetten och subventionen av teaterföreställningen som är den offentliga utgiften. I kulturanvändningen ingår även kulturinvesteringar och kulturens nettoexport.

#### *Privat konsumtion*

Det är många produkter som för konsumenten enbart består av ett kulturvärde t.ex. ett teaterbesök. En stor del av kulturproduktionen kommer inte till konsumenten som en ren kulturprodukt utan bara som en liten andel av en annan produkts värde. Det kan vara ett reklamfotoföretag som tillför kulturvärde till en ickekulturell produkt eller det kan vara en designer på bilföretaget som tillför bilen ett kulturellt värde med sitt designarbete.

Ska man bara mäta de produkter som har en stor kulturandel och acceptera att det blir en skillnad mellan produktion och konsumtion eller ska man försöka mäta alla produkter och försöka mäta deras kulturandel av konsumtionsvärdet?

En metod är att undersöka den privata kulturkonsumtionen, där man även registrerar kulturkonsumtionen på varor med lägre kulturandelar. Det skulle innebära att man behöver utöka informationen om konsumtionen med konsumtionens kulturvärde, praktiska nytta och andra värden per produkt. Praktiskt skulle det kunna innebära kompletterande frågor i undersökningen angående hushållens utgifter. Om man nöjer sig med att mäta de produkter som har en hög kulturandel, så är data i undersökningen av hushållens utgifter relativt detaljerade och det finns goda möjligheter att särskilja vad som är kulturproduktion.

---

<sup>39</sup> Kulturrådet 2003:6

---

Problemet som återstår att lösa är hur man ska kunna separera den delen av produktionen som är avsedd för konsumtion av varor med högt kulturvärde och den delen som har en låg kulturandel. Konsumtion av varor med låg kulturandel kan komma av att kulturproduktionen antingen är en insatsvara i en annan produktion eller att ett yrke bidragit med en liten kulturandel till en produkt. Kanada har löst detta genom att dela upp produktionen i kulturproduktion för konsumtion och kulturproduktion som är insatsvaror i annan produktion<sup>40</sup>.

Väljer man att undersöka all privat konsumtions kulturandel per varugrupp blir det en dyr undersökning. Om man istället bara mäter varor i konsumtionen med hög kulturandel blir det diskrepans mellan användning och tillgångar i kulturellräkenskaperna och man får göra något liknande som Kanada och dela upp produktionen beroende på om den är till för konsumtion eller insatsvaror i annan produktion. Frågan om hur man ska mäta den privata kulturkonsumtionen och hur den ska relateras till kulturproduktionen behöver studeras närmare utifrån vad som är praktiskt och ekonomiskt genomförbart.

### *Offentlig kulturkonsumtion*

På användningssidan görs en ändamålsfördelning av konsumtionsutgifterna för offentlig konsumtion efter ändamål enligt COFOG<sup>41</sup>. SCB redovisar den offentliga kulturkonsumtionen under rubriken: *Fritidsverksamhet, kultur och religion*. Det behövs en finare indelning för att kunna ta med offentlig kulturkonsumtion i kulturellräkenskaperna. En möjlighet att skatta den offentliga konsumtionen är att gå via den offentliga produktionen då offentlig produktion definitionsmässigt är offentlig konsumtion till självkostnadspris minus avgifter (t.ex. biljettintäkter).

### *Kulturens produktion som investering*

Att mäta kulturinvesteringar betyder att man behöver undersöka företag och offentlig sektors konsumtion och kulturproduktion i ett investeringssyfte. Det kan t.ex. vara ett företags inköp av konst till lokalerna för att öka trivsel hos personalen, som ska generera bättre produktion. I alla EU-länder finns beräkningar över investeringar i artistiska och litterära original. Den statistiken behöver utvecklas till att täcka fler delar av kulturnäringsarna. Vare sig Spanien<sup>42</sup> eller Finland<sup>43</sup> har estimerat investeringar i kulturellräkenskaperna

### *Kulturens nettoexport*

Nettoexporten kan delas upp i varor och tjänster samt export och import. Insamlingsmetoden är per produkt och statistikmetoden är densamma för export och import.

När det gäller nettoexport för varor för de 32 branscher och två produkter som ingår i kulturproduktionen finns 10 produktgrupper som relaterar till kulturbranscher och kulturprodukter för import och export av varor i utrikeshandeln<sup>44</sup>.

För nettoexporten av tjänster d.v.s. utrikeshandeln med tjänster redovisas i grova indelningar, där kulturtjänster kan finnas i under rubrikerna: *Data- och*

---

<sup>40</sup> *Statistics Canada (2004)*

<sup>41</sup> *Classification of Functions of Government*

<sup>42</sup> *Ministry of Culture of Spain(2009)*

<sup>43</sup> *Ministry of Education of Finland (2009)*

<sup>44</sup> *Se bilaga 4*

---

*informationstjänster, Licenser/royalties* samt *Personliga tjänster, kultur m.m.* Den grova indelningen gör att det inte är möjligt att särredovisa kulturens andel av tjänster på export och import. För kulturräkenskaperna är det sammanfattningsvis önskvärt att bättre kunna särskilja kulturella och övriga produkter i utrikeshandelsstatistiken.

### **3.5 Regionala kulturräkenskaper**

Är det möjligt att upprätta regionala kulturräkenskaper?

För tillgångssidan är vi beroende av statistik från statistikällorna från företagens ekonomi, produktdata, yrkesregistret och offentliga finanser. Företagens ekonomi bygger på registerdata och det är möjligt att presentera statistik för de flesta kommuner<sup>45</sup>. Yrkesstatistiken bygger också på register och registerdata och även här är det möjligt att redovisa ner på en relativt fin geografisk indelning. För den offentliga kulturproduktionen har kulturrådet visat att det är möjligt att redovisa offentlig kulturproduktion ner på länsnivå. Enligt SCB är produktdata inte möjligt att fördela regionalt med god kvalitet. Produkterna datorspel och produktdesign är dock en mycket liten del av kulturen från tillgångssidan.

Från användningssidan är det svårare att skatta kulturen på regional nivå. Främst på grund av att privat kulturkonsumtion kommer från en urvalsundersökning som blir betydligt osäkrare på regional nivå, eftersom urvalet är för litet.

Sammantaget finns det relativt goda förutsättningar för att skatta kulturräkenskaperna på regional nivå från tillgångssidan, förutom för kulturprodukter. Från användningssidan blir datamaterialet osäkrare på regional nivå. Vidare studier behövs för att närmare studera förutsättningarna för regionala kulturräkenskaper.

### **3.6 Avslutande kommentarer**

Det finns förutsättningar för att börja arbetet med kulturräkenskaper i Sverige och om intresse finns att följa den kulturella ekonomins utveckling och betydelse i samhället är en utveckling av kulturräkenskaper angelägen. Kanada och Spanien är exempel på att sådana önskemål medfört anpassningar i statistiken för att bättre kunna särredovisa kulturen i de olika delarna av kulturräkenskaperna.

Bäst förutsättningar för att redovisa kulturen finns på tillgångssidan. En förbättring av yrkesstatistiken och en finare redovisning av kulturen i offentlig produktion kan genomföras inom en rimlig tidshorisont. Det förbättringar som behöver göras för att få bra yrkesstatistik kostar både i form av resurser och ökad uppgiftslämnarbörda men det skulle ge förbättrade möjligheter för arbetsmarknadsfunktionsstudier både inom och utanför kultursektorn. Från användarsidan är det flera bitar som behöver studeras närmare för att kunna göra avgränsningar av vad som är kulturanvändning. Där behöver man främst titta på hur man ska mäta privat konsumtion. Det finns även behov av att få bättre avgränsningar av kulturens nettoexport och mätningar på kulturens produktion som investeringar.

På regional nivå finns det relativt goda möjligheter att upprätta kulturräkenskaperna från tillgångssidan, förutom för kulturprodukterna datorspel och reklamdesign. Från användningssidan är det svårare att fördela kultur användningen på regional nivå.

---

<sup>45</sup> *Tillväxtanalys 2009:06*

---

Möjligheterna att jämföra Sveriges kulturella ekonomi med andra länder är små då det saknas en internationell definition på vad som är kultur i form av produkter, branscher och yrken. Idag pågår flera försök till att harmonisera kulturstatistiken mellan länderna. Sverige är delaktigt i ett arbete som är initierat av EU-kommissionen i samarbete med Eurostat<sup>46</sup> och kommer att pågå fram till år 2012.

Om man utvecklar kulturräkenskaper efter den av Tillväxtanalys föreslagna svenska definitionen kommer man även att ha nytta av det vid en eventuell senare anpassning till en internationell kulturdefinition. Detta eftersom en stor del är gemensamt i problematiken hur man ska mäta kulturens andel i kulturräkenskaperna oavsett vilket lands definition man använder.

---

<sup>46</sup> *ESSnet- European Statistical System network project on Culture Statistics Development*

---

## 4 Litteratur

- Andersson, T. D., & Samuelson, L. A. (2001). Financial Effects of Stockholm 2000 on the Public Sector; An Economic Impact Analysis of a Millennium Festival. European Tourism Research Institute, Östersund.
- Andersson, T, Rustad, A., & Solberg, H. A. (2004). Local residents' monetary evaluation of sports events. *Managing Leisure*, 9(3), 145–158
- Armbrecht J, Andersson T (2010) ” En studie av samhällsekonomin kring Nordiska Akvarellmuseet” Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
- Armbrecht J, D.Andersson T (2010) ”Varas Värde Varar- en studie om värdet av Vara konserthus” Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
- Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1993). *Performing arts - the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance*. Aldershot: Gregg Revivals.
- EU Commission (2010) ”Green Paper Unlocking the potential of cultural and creative industries” Com (2010)183
- Fjose S & Bowitz E (2008) ”Økonomiske ringvirkninger av kulturminner på Røros” Econ Pöyry Arbeidsnotat 2008-005
- Gordon & Biellby-Orrin. (Draft 2006) *International Measurement of the Economic Importance of Culture*
- Higgs, Cunningham & Bakhshi (2008) “Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom”, NESTA tech report
- Hultkrantz L & Svensson M (2008) ”Värdet av liv” Ekonomisk debatt nr2 2008
- Ibenholt K, Bowitz E & Becken L-E (2009) ”Verdiskaping og kulturminner” Econ Pöyry Forskningrapport 2009-057
- ITPS (2005) ”Design för innovation och tillväxt? – en framtida konkurrensmöjlighet?”, *ITPS A2005:003*
- ITPS (2007) ”Politik för design – en jämförande analys av fyra länders designinsatser” *ITPS A2007:001*
- ITPS (2008) ” Globalisering och kultur” *ITPS A2008:014*
- ITPS (2008) ”Kreativ tillväxt? – En rapport om kreativa näringar i politik och statistik”, *ITPS A2008:007*
- KEA (2006) ”The Economy of Culture in Europe – study prepared for the European Commission”
- Kulturrådet (2003), *Kulturens pengar 2002, kulturen i siffror 2003:6*
- Lindeborg & Lindkvist Red (2010) ”Kulturens kraft för regional utveckling” SNS förlag 2010
- Markusen, A., & Schrock, G. (2006). The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications. *Urban Stud*, 43(10), 1661-1686.

- 
- Ministry of Culture and Communication France (2008) *Report on international data sources for cultural statistics – for comments*, Eurostat
- Ministry of Culture of Spain(2009): Sattelite Account on Culture in Spain
- MIS 2009:1
- Ministry of Education of Finland (2009), Culture Sattelite Account, Final report 2009:13
- Navrud, S. and R. C. Ready (2002). *Valuing Cultural Heritage*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Norska Riksantikvaren (2008) ”Økonomisk verdiskaping av kuturminner” (notat 2008-036)
- OECD (2005) *Culture and Local Development*
- OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*
- Pettersson R (52007) “Evenemangseffekter – med fallstudier av Alpina VW I Åre 2007” Mittuniversitetet och Etour R 2007:18
- Power, D. (2002). "Cultural industries" in Sweden: An assessment of their place in the Swedish economy. [Review]. *Economic Geography*, 78(2), 103-127.
- Power, D., & Scott, A. J. (2004). *Cultural industries and the production of culture*. London: Routledge.
- Riksantikvarieämbetet (2002) ”Kulturarvet som resurs för regional utveckling – En kunskapsöversikt” RAÄ 2002:1
- Riksantikvarieämbetet (2003) ” Plats, drivkraft, samhällsprocess – Vad gör kulturarvet till en resurs för hållbar regional utveckling? ”RAÄ 2003:3
- Riksantikvarieämbetet (2005) ”Attraktivitet – hur och för vem?” RAÄ 2005:5
- Riksantikvarieämbetet (2008) ”Metodhandledning i samhällsekonomisk konsekvensanalys – kulturmiljön i miljömålsarbetet” RAÄ 2008:2
- SCB (2007) "De svenska nationalräkenskapernas (NR:s) statistiska system", SCB Ekonomisk statistik bakgrundsfakta 2007:5
- SCB (2009), Bortfallsanalys Yrkesregistret 2007
- SCB (2009) SPIN 2007, Standard för svensk produktindelning efter näringsgren 2007.
- SOU (2002) "Utveckling och förbättring av den ekonomiska statistiken" SOU 2002:118
- SOU (2002) "Vad är NR?" SOU 2002:118 bilaga 3
- Statistics Canada (2005): *The impact of the culture sector on the Canadian economy*
- Statistics Canada (2004): *Canadian Framework for Culture*
- Throsby, C. D., & Withers, G. D. (1979). *The economics of the performing arts*. Melbourne: Edward Arnold Pty Ltd.
- Throsby D (2001) *Economics and Culture*, Cambridge
- Throsby, C. D., & Hutter, M. (2008). *Beyond price: value in culture, economics, and the arts*. New York, NY: Cambridge University Press.

---

Tillväxtanalys (2009) Kulturnäringsar i svensk statistik- Förslag till avgränsning för framtida kartläggningar. Dnr: 2009/054

Unesco (2007) The 2009 UNESCO framework for Cultural Statistics, Unesco Institute for Statistics

Wikström S Normann R (1994) Kunskap och Värde, företaget som ett kunskaps- och värdeskapande system, FA-Rådet

---

## Bilaga 1 Multiplikator härledning

Multiplikatorresonemanget bygger på den enkla och grundläggande makroekonomiska framställningen om relationen mellan inkomst, konsumtion och investeringar.<sup>47</sup>

Vi använder följande beteckningar:

$Y$  = inkomst

$I$  = investering, exogen variabel dvs. bestäms utanför modellen

$C$  = är konsumtion

$b$  = konsumtionsbenägenhet, dvs. andelen av inkomsten som går till konsumtion,  $0 < b < 1$ .

$a$  = konstant (då modellen är i linjär form)

Samt följande relationer

$$C = a + bY$$

$$Y = C + I$$

Utöver detta görs följande antaganden

- 1) att det finns lediga resurser i form av arbetskraft och realkapital
- 2) att dessa tillgängliga för användning
- 3) stabilitetsvillkor eller jämvikt

Då det finns ledig kapacitet kan en förändring i investeringar sätta i gång en process vars slutläge kan härledas genom ett ompusslande av termerna ovan.

$$Y = a + bY + I$$

Och

$$Y = \frac{1}{(1-b)} a + \frac{1}{(1-b)} I$$

En förändring av  $I$  medför en förändring på  $1/(1-b)$ . Denna senare kallas multiplikator  $i$  och med att  $b$  är mindre än 1 (men inte noll) så kommer kvoten alltså bli större än 1. En investering medför, givet antagandena, att inkomsten blir större än investeringsökningen.

Förklaringen till detta är att den exogent bestämda förändringen i Investering leder dels till en lika stor förändring i inkomsten  $Y$ . Sedan i nästa led, medför den ökade inkomsten en ökad konsumtion. Den ökade konsumtionen leder till ökade inkomster för i konsumtionsvaruindustrin. I ett tredje led leder ökningarna i konsumtionsvaruindustrin i sin tur till ökad konsumtion etc. i all oändlighet.

Summan av effekter kan även härledas som summan av en oändlig geometrisk serie

---

<sup>47</sup> Dickson H Lukkainen PA och Sandeling B (1986) *Termer i Nationalekonomi*, Liber



---

## Bilaga 2: Betingad värdering och Betalningsvilja

*Texten nedan är en kort sammanställning av stycke 4.2.1. i studien ”Varas Värde Varar – en studie om värdet av Vara konserthus” Armbrecht och D. Andersson(2010)*

Att värdera offentliga varor och tjänster som kultur eller kulturupplevelser är ett relativt nytt område där man ställer hypotetiska frågor för att mäta ekonomiska preferenser. I studien har Contingent Valuation metoden valts (vanligen förkortat CV-metoden eller CVM). Metoden saknar en etablerad översättning, men ”betingad värdering” eller ”hypotetisk värdering” är översättningar som används. Metoden används bland annat för att mäta s.k. existensvärden. Inom exempelvis trafiksäkerhetsforskningen används ofta denna metodik som utvecklats för att mäta betalningsviljan för nyttigheter som vanligen inte handlas på marknaden Hultkrantz & Svensson (2008). Ofta ställs s.k. slutna ja/nej frågor exempelvis ”skulle du betala X kronor för Y?” där kostnaden varierar i olika delar av undersökningen för att kunna beräkna en efterfrågekurva. Metoden används också för att skatta naturresurser exempelvis värdering av rent vatten. Att försöka sätta ett monetärt värde på exempelvis rent vatten kan man jämföra det med kostnader eller samhällsförändringar. Det är alltid en svårighet med att både identifiera och uppsatta kostnader för samhället för de delar som inte går att mäta i stycken, kronor och ören.

I studien beskrivs exempel på immateriella intäkter. Exempelvis kan den eventuella ”investeringen” bidra till ett ökat intresse för att andra investera i regionen, stolthet för den egna regionen eller ett kulturellt uppsving. Exempel på immateriella kostnader kan vara trafikstockning, trängsel vid attraktionen eller en ökad brottslighet och förstörelse. I strävan efter att monetärt kunna värdera de immateriella posterna har ett flertal studier valt att använda en metod där man tillfrågar besökaren om dennes betalningsvilja, ”Willingness-to-pay” (WTP) när det gäller intäkterna och ”Willingness-to-accept” (WTA) när det gäller kostnaderna<sup>48</sup>. Det vill säga men ber besökarna att värdera sin upplevelse i mätbara enheter. ”*Vilken av dessa två mått som bör användas bestäms till stor del av vilken offentlig nyttinghet eller typ av attraktion som undersöks*”<sup>49</sup> eftersom de kan ge olika resultat, (Armbrecht och D. Andersson 2010).

Om de intervjuade sätter ett högre eller lägre pris på sin upplevelse än de verkliga kostandena skapar det ett konsumentöverskott ”*Consumer surplus*” (CS) eller konsumentunderskott. Detta blir inte bara ett ekonomiskt mått utan också ett mått på hur nöjd besökaren var och en fingervisning om vilka förväntningar besökaren hade på upplevelsen som helhet.

---

<sup>48</sup> Andersson, T. D., & Samuelson, L. A. (2001)

<sup>49</sup> Andersson, T., Rustad, A., & Solberg, H. A. (2004)

## Bilaga 3: Tabell över kulturnärings, produktgrupper samt yrkesgrupper

Tabell 2.1 Kulturnärings med utgångspunkt i näringsgrenklassificering SNI 2007

58 110	Bokutgivning
58 131	Dagstidningsutgivning
58 140	Utgivning av tidskrifter
58 190	Annan förlagsverksamhet
58 210	Utgivning av dataspel
59 110	Produktion av film, video och TV-program
59 120	Efterproduktion av film, video och TV-program
59 130	Film-, video- och TV-programdistribution
59 140	Filmvisning
59 200	Ljudinspelning och fonogramutgivning
60 100	Sändning av radioprogram
60 200	Planering av TV-program och sändningsverksamhet
63 910	Nyhetservice
71 110	Arkitektverksamhet
74 101	Industri- och produktdesignverksamhet
74 102	Grafisk designverksamhet
74 103	Inredningsarkitektverksamhet
74 201	Porträttfotoverksamhet
74 202	Reklamfotoverksamhet
74 203	Press- och övrig fotografverksamhet
74 300	Översättning och tolkning
85 521	Kommunala kulturskolans utbildning
85 522	Övrig musik-, dans- och kulturell utbildning
90 010	Artistisk verksamhet
90 020	Stödtjänster till artistisk verksamhet
90 030	Litterärt och konstnärligt skapande
90 040	Drift av teatrar, konserthus od
91 011	Biblioteksverksamhet
91 012	Arkivverksamhet
91 020	Museiverksamhet
91 030	Vård av historiska minnesmärken och byggnader och liknande sevärdheter
91 040	Drift av botaniska trädgårdar, djurparker och naturreservat

Tabell 2.2 Kultur produktgrupper som ej innefattas av kulturella branscher

Spin2007	
6 201 003	Datorspel (original)
7 311 102	Reklamdesign och konceptutvecklingstjänster

---

*Tabell 2.3 Kulturyrkesgrupper*

SSYK(ISCO88)	Benämning
2141	Arkitekter och stadsplanerare
2413	Marknadsanalytiker och marknadsförare
2431	Arkivarier, museitjänstemän m.fl.
2432	Bibliotekarier m.fl.
2442	Antropologer, arkeologer och konservatorer*
2451	Journalister, författare, informatörer m.fl.
2452	Skulptörer, målare m.fl.
2453	Kompositörer, musiker och sångare inom klassisk musik
2454	Koreografer och dansare
2455	Regissörer och skådespelare
2456	Formgivare
3118	Kartingenjörer m.fl.*
3131	Fotografer
3132	Ljud- och bildtekniker
3429	Övriga agenter m.fl. (teateragenter, impresarios men kan inkludera alla agenter som inte är specificerade dock ej agenter, speditörer eller arbetsförmedlare)
3471	Tecknare, illustratörer, dekoratörer m.fl.
3472	Presentatörer i radio, TV m.m.
3473	Musiker, sångare, dansare m.fl. inom underhållning
3474	Cirkus- och varietéartister m.fl.
3476	Inspicienter, rekvisitörer m.fl.
4140	Biblioteksassistenter m.fl.
5113	Guider och reseledare
5122	Kockar, Kallskänkor
7312	Musikinstrumentmakare m.fl.
7313	Guld- och silversmeder
7321	Drejare m.fl.
7322	Glashyttarbetare m.fl.
7323	Glasgravörer
7324	Dekorationsmålare
7330	Konsthantverkare i trä, textil, läder m.m.
7341	Text- och bildoperatörer m.fl.
7342	Etsare och gravörer, tryckmedier
7343	Privatbokbindare
7344	Screen- och schablontryckare
7421	Möbelsnickare m.fl.
7422	Korgmakare och borstbindare
7431	Skräddare, modister och ateljésömmerskor
7432	Körsnärer
7433	Tillskärare
7434	Sömmare
7435	Tapetserare
7441	Garvare och skinnberedare
7442	Skomakare m.fl.

---

## Bilaga 4: utrikeshandel med varor

Tabell över utrikeshandel med varor per bransch år 2009

<i>Kulturella näringar</i>	<b>Utrikeshandel med varor med indelning per produkt</b>	<b>Varuimport, bortfallsjusterad, tkr</b>	<b>Varuexport, bortfallsjusterad, tkr</b>
<i>58 110 Bokutgivning</i>	58.110 bokutgivningstjänster	1 395 002	929 183
<i>58 131 Dagstidningsutgivning</i>	58.131 utgivningstjänster för dagstidningar	111 870	50 385
<i>58 140 Utgivning av tidskrifter</i>	58.140 utgivningstjänster avseende tidskrifter	701 951	215 034
<i>58 190 Annan förlagsverksamhet</i>	58.190 andra förlagstjänster	1 347 309	1 548 171
<i>58 210 Utgivning av dataspel</i>			
<i>59 110 Produktion av film, video och TV-program</i>	59.110 film-, video- och tv- produktionstjänster	2 278 310	2 527 725
<i>59 120 Efterproduktion av film, video och TV-program</i>			
<i>59 130 Film-, video- och TV- programdistribution</i>			
<i>59 140 Filmvisning</i>			
<i>59 200 Ljudinspelning och fonogramutgivning</i>	59.200 ljudinspelnings- och fonogramutgivningstjänster	551 138	525 354
<i>60 100 Sändning av radioprogram</i>			
<i>60 200 Planering av TV- program och sändningsverksamhet</i>			
<i>63 910 Nyhetsservice</i>			
<i>71 110 Arkitektverksamhet</i>	71.110 arkitekttjänster	8 276	5 418
<i>74 101 Industri- och produktdesignverksamhet</i>			
<i>74 102 Grafisk designverksamhet</i>			
<i>74 103 Inredningsarkitektverksamhet</i>			
<i>74 201 Porträttfotoverksamhet</i>			

74 202 <i>Reklamfotoverksamhet</i>			
74 203 <i>Press- och övrig fotografverksamhet</i>	74.203 press- och övriga fotografjänster	1 227	108
74 300 <i>Översättning och tolkning</i>			
85 521 <i>Kommunala kulturskolans utbildning</i>			
85 522 <i>Övrig musik-, dans- och kulturell utbildning</i>			
90 010 <i>Artistisk verksamhet</i>			
90 020 <i>Stödtjänster till artistisk verksamhet</i>			
90 030 <i>Litterärt och konstnärligt skapande</i>	90.030 litterärt och konstnärligt skapande	120 559	146 746
90 040 <i>Drift av teatrar, konserthus od</i>			
91 011 <i>Biblioteksverksamhet</i>			
91 012 <i>Arkivverksamhet</i>			
91 020 <i>Museiverksamhet</i>	91.020 museitjänster	224 419	85 150
91 030 <i>Vård av historiska minnesmärken och byggn.</i>			..
91 040 <i>Drift av botaniska trädgårdar, djurparker och naturr.</i>			

Källa: SCB

---

## Bilaga 5. Förbättringar av yrkesstatistiken

SCB:s ambitionsnivån för företag med mer än en anställd är att yrkesklassificeringen ska ha en aktualitet på 5 år. De stora bortfallsproblemen i yrkesregistret ligger hos enskilda näringsidkare och företag med en anställd.

SCB arbetar med metodförbättringar av yrkesregistret. T.ex. undersöker man möjligheterna att kombinera näringsgren med utbildningsbakgrund för enskilda näringsidkare. Inom kulturyrkena finns det flertalet enskilda företag som troligen fångas in genom branschindelningen, t.ex. fotografer och arkitekter. För hantverk kan det vara svårare att fånga yrket via näringsgrenen. T.ex. yrket smed eller smidesföretag finns inte som en egen näringsgren, utan klassificeras in den produkt man producerar. T.ex. smidda trädgårdsstolar av järn ligger under en annan näringsgren än smidda märlor för hovslagare.

Vill man utöka ambitionsnivån för enskilda näringsidkare och företag med en anställd till den ambitionsnivå SCB har för större företag i form av en utökad undersökning gör SCB en grov uppskattning av kostnaden till ca 1 500 000 kr och en belastning av uppgiftslämnarbördan med 1 600 timmar. Det skulle innebära att det tar 5 år för att komma till samma nivå som för större företag. En punktinsats för att under ett år uppdatera hela stocken enskilda företagare och företag med en anställd motsvaras av en kostnad på 5 000 000 kr och 6 400 timmars belastning av uppgiftslämnarbördan.

Yrkesstatistiken är indelad i SSK 94<sup>50</sup>, som bygger på den internationella indelningen ISCO-88<sup>51</sup>. Det är önskvärt byta till ISCO-08 som har en finare indelning av tjänstesektorn och skulle förbättra möjligheten att välja ut kulturyrken.

---

<sup>50</sup> Standard för svensk yrkesklassificering

<sup>51</sup> International Standard Classification of Occupations

**Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Bryssel, New Delhi, Peking, Tokyo och Washington.**

**Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar, analyser och internationellt kontaktskapande och därigenom medverkar vi till:**

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

**Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppdraget preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:**

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser
- tillhandahålla globala mötesplatser och främja internationellt kontaktskapande inom tillväxtpolitiken

**Om rapportserien:**

Rapportserien är Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer. I rapportserien ingår även myndighetens faktasammanställningar.

**Övriga serier:**

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.

Working paper/PM – metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter är exempel på publikationer i serien.