

Bendik Wangen
Tobias Eid Løvås
Ole Martin Helgestad
Hadrian Mjøsund Sletner

I hvilken grad fører håndball-EM 2020 til økonomisk tilførsel for Trondheimsregionen?

Semesteroppgave i økonomi og administrasjon
Veileder: Harry Arne Solberg og Jon Martin Denstadli
April 2020

Bendik Wangen
Tobias Eid Løvås
Ole Martin Helgestad
Hadrian Mjøsund Sletner

I hvilken grad fører håndball-EM 2020 til økonomisk tilførsel for Trondheimsregionen?

Semesteroppgave i Økonomi og administrasjon
Veileder: Harry Arne Solberg og Jon Martin Denstadli
April 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Som avslutning på vår bachelorgrad ved NTNU Handelshøyskolen har vi skrevet en semesteroppgave i retningen økonomisk styring. Gjennom denne oppgaven ser vi på arrangementet håndball-EM for herrer som ble avholdt i Trondheim Spektrum 9. til 14. Januar 2020. Her ble de innledende gruppespillkampene i gruppe C og D spilt. Bakgrunnen for valg av oppgave var en bakenforliggende generell interesse for idrettsarrangementer.

Da vi fikk vite at NTNU Handelshøyskolen hadde fått en forespørsel til å gjennomføre en undersøkelse om lønnsomheten av den nye flerbrukshallen Trondheim Spektrum, ble en interesse for prosjektet trigget. I samarbeid med våre veiledere ble det raskt en enighet om fremgangsmåten og generell retningen for oppgaven. Videre førte det oss ut på en lærerik prosess med innhenting av data og analysering av disse. Vi har fått brukt de tidligere erfaringene vi har opparbeidet i løpet av studiet, i tillegg til at oppgaven har satt krav til oss med tanke på utfordringer vi har hatt underveis. Prosessen vedrørende utformingen av oppgaven har gitt oss et godt innblikk i hvordan vi kan anvende våre kunnskaper.

Vi vil rette en stor takk til våre veiledere Harry Arne Solberg og Jon Martin Denstadli for et godt og konstruktivt samarbeid.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, april 2020

Bendik Wangen

Tobias Eid Løvås

Ole Martin Helgestad

Hadrian Mjøsund Sletner

Sammendrag

I denne oppgaven har vi analysert den økonomiske tilførselen til Trondheimsregionen som kom av håndball-EM for herrer 2020. Fokuset er utelukkende på inntektssiden av arrangementet hvor målsettingen har vært å kartlegge besøkendes forbruk i forbindelse med deres opphold i regionen. For å besvare problemstillingen har vi benyttet oss av datamateriale fra våre egne undersøkelser i Trondheim Spektrum under avviklingen av arrangementet. Vi vil også måle merverdien arrangementet har for lokale tilskuere.

Resultatet vil bestå av et totalbeløp, samt en kartlegging av hvor pengene stammer fra og hvor de ender opp.

Abstract

The paper examines the direct economic impact of handball-EC 2020 on the Trondheim-region. It will also measure the accumulative opportunity cost of the local attendance.

By measuring consume patterns during the championship we will be able to estimate the amount of “new money” in the region. The results will contain the total amount of supply, and an overview of where the money comes from and where in the region it ends.

Innholdsfortegnelse

Forord	0
Figur- og tabelloversikt	4
1.0 Innledning	6
1.1 Presentasjon av arrangement	8
1.2 Avgrensinger og presisering av oppgaven	11
2.0 Teori	12
2.1 Konsumentoverskudd	12
2.1.1 Generelt om konsumentoverskudd	12
2.1.2 Konsumentoverskudd i håndball-EM	13
2.2 Economic impact study (EIS)	14
2.2.1 Hva er (EIS)?	14
2.2.2 Geografisk avgrensning	14
2.2.3 Begrepet «nye penger»	14
2.2.4 Fokus og innfallsvinkel for oppgaven	15
2.2.5 Oppdeling av besøkende	16
2.2.6 Hvilke grupper er aktuelle for analysen?	17
2.2.7 Tidsaspektet	18
2.2.8 Videreutvikling av formel	19
3.0 Metode	21
3.1 Presentasjon og begrunnelse for valg av forskningsopplegg	21
3.2. Forskningsdesign	21
3.3 Spørreskjemaet	23
3.3.1 Intervjuets gang	23
3.4 Datainnsamling	24
3.5 Undersøkelsens respondenter	26
3.6 Undersøkelsens kvalitet	27
3.7 Validitet	27
3.8 Reliabilitet	28
4.0 Analysedel	29
4.1 Prosentvise forskjeller på betalingsvillighet og faktisk pris	29
4.1.1 Forutsetninger for analyse av betalingsvillighet	29
4.1.2 Resultat av betalingsvillighet analysen	31
4.1.3 Tolkning av tabell 4 og 5	31
4.2 Hvor stor merverdi har mesterskapet for publikum?	31
4.2.1 Forutsetninger for merverdi-analysen	31
4.2.2 Resultat av det akkumulerte konsumentoverskuddet	33
4.2.3 Resultat av de kumulative grafene	34
4.2.4 Tolkning av tabell 6 og figur 6 og 7	34
4.3 Hvilke faktorer påvirker konsumentoverskuddet?	35
4.3.1 Avhengig variabel	35

4.3.2 Uavhengige variabler	35
4.3.3 Multivariat regresjonsanalyse	36
4.3.4 Resultat	37
4.3.5 Drøfting av funn	37
4.4 Economic impact study - Analyse	38
4.4.1 Forutsetninger (EIS)	38
4.4.2 Estimering av konsum-mønster	40
4.4.3 Totalt forbruk innad i gruppene	44
4.4.4 Totalt forbruk	47
4.4.5 Resultat av (EIS)	48
4.4.6 Drøfting av funnene i (EIS)	49
5.0 Diskusjon	50
5.1 Undersøkelsens utvalg og generalisering	50
5.2 Begrensninger ved innsamling av data	50
6.0 Konklusjon	53
Referanseliste	54
Vedlegg	56
Spørreskjema, VIP	56
Spørreskjema, delegater	57
Spørreskjema, regulære publikum	58

Figur- og tabelloversikt

Figur 1 Tribuneoversikt.....	9
Figur 2 Konsumentoverskudd	12
Figur 3 Grupper som blir påvirket av mesterskapet.....	16
Figur 4 Grupper som blir påvirket før, under og etter mesterskapet	18
Figur 5 Salkart	26
Figur 6 Dagsbillett, kumulativt KO.....	32
Figur 7 2-dagersbillett, kumulativt KO.....	33
Figur 8 Tilførsel fordelt på kategorier.....	48
Tabell 1 Oversikt over kampene.....	8
Tabell 2 Billettyper	9
Tabell 3 Oversikt over antall svar på undersøkelsen.....	26
Tabell 4 Billettpriser Trondheim og omegn, faktisk pris og betalingsvillighet	30
Tabell 5 Billettpriser tilreisende, faktisk pris og betalingsvillighet	30
Tabell 6 Akkumulert KO	32
Tabell 7 Deskriptiv statistikk, uavhengige variabler	36
Tabell 8 Multivariat regresjonsanalyse.....	36
Tabell 9 Forbruksgrenser (per dag, i kr).....	38
Tabell 10 Forbruksmønster, Trøndelag (per dag, i kr).....	40
Tabell 11 Fordeling hotell/annet, Trøndelag	40
Tabell 12 Forbruksmønster, Andre tilreisende (pr dag, i kr).....	41
Tabell 13 Fordeling hotel/ annet, andre tilreisende.....	41
Tabell 14 Forbruksmønster, VIP Norway (per dag, i kr)	42
Tabell 15 Forbruksmønster, deligater. (Per dag, i kr).....	42
Tabell 16 Forbruksmønster, frivillige (per dag, i kr)	43
Tabell 17 Totalt gjennomsnittlig forbruk (pr. person, i kr)	44

Tabell 18 Geografisk fordeling i gruppene.....	45
Tabell 19 Virkelige størrelser basert på geografisk fordeling	45
Tabell 20 Informasjonsgrunnlag for korrigerings	45
Tabell 21 Billettinformasjon.....	46
Tabell 22 Totalt forbruk	47

1.0 Innledning

Det er sterk konkurranse om rettigheter til å arrangere internasjonale sportsarrangement. Kostandene ved å arrangere mesterskapene har blitt så store at inntekter i form av billettsalg, tv-rettigheter og reklame ikke er tilstrekkelig for å dekke utgiftene. Mesterskapene må derfor ofte subsidieres av offentlige myndigheter på ulike nivåer. Det argumenteres med at positive indirekte økonomiske virkninger er med på å rettferdiggjøre utgiftene, men er dette en realistisk tilnærming? (Gripsrud, 2008).

Det er ikke gitt at mesterskap høster de forventede økonomiske gevinstene. Et eksempel på dette kan være sykkel-VM i 2017. I tillegg til at arrangør Bergen AS gikk konkurs ble også de samfunnsmessige kostandene langt større enn forutsett. (Solberg et al., 2018)

Trondheim kommune utarbeidet i 2012 «Strategi for å tiltrekke store idrettsarrangement til Trondheim og Sør-Trøndelag». (Trondheim kommune, 2012) Dette har resultert i årlig arrangering av World Cup i hopp og kombinert som eksempler. Det nevnes blant annet i rapporten at det økte aktivitetsnivået skal bidra til økt verdiskapning i privat og offentlig sektor. Arrangering av internasjonale mesterskap blir sett på som en viktig arena for global eksponering og økonomisk vinning. (Veland, 2019)

I januar 2020 ble håndball-EM for herrer arrangert i Trondheim. Trondheim kommune som har brukt betydelig mengder kapital for å ferdigstille idrettsanleggene ønsker at mesterskapet fører til verdiskapning i regionen. I den anledning har vi utarbeidet en hovedproblemstilling.

«I hvilken grad fører håndball-EM til økonomisk tilførsel for Trondheimsregionen?»

Målet er å kartlegge den økonomiske tilførselen som kommer av håndball-EM 2020. Fokuset ligger utelukkende på arrangementets inntektsside. Med Trondheimsregionen menes Trondheim kommune i tillegg til omegnskommunene Skaun, Melhus, Malvik og Stjørdal.

Resultatet av analysene vil inneholde omfanget av tilførsel, hvilke geografiske grupper som er mest lønnsomme og en oversikt over hvor i næringslivet pengene kanaliseres.

Vi vil også rette fokus mot publikums verdsettelse av mesterskapet. Slik at vi kan få en indikasjon på om prisnivåene var fornuftige under mesterskapet. Hovedfokuset vil ligge på

lokalbefolkningens verdsettelse fremfor tilreisende. Vi ønsker å besvare følgende problemstilling:

«Hvor stor verdi har mesterskapet for innbyggere fra Trondheim og omegn?»

Vi bruker publikums merverdi for å beregne verdsettelsen. Resultatet vil uttrykke en akkumulert verdi for publikums konsumentoverskudd og fordeling av konsumentoverskudd innad i grupper og billettyper. Vi vil også presentere faktorer som påvirker konsumentoverskuddet blant publikum.

1.1 Presentasjon av arrangement

Det ble under arrangørtrekket i Dublin høsten 2014 vedtatt at Trondheim var den norske arrangørbyen for håndball-EM 2020. Håndball-EM 2020 for menn ble det 14.

europamesterskapet i rekken og ble arrangert sammen med Sverige og Østerrike, og var det første i historien hvor tre land samarbeidet om arrangementet. Det var samtidig første håndball-EM hvor hele 24 nasjoner var kvalifisert (Trondheim 2020, 2020).

Det norske arrangøransvaret handlet om å levere et mesterskap med 12 kamper fordelt over 6 dager i den nye hallen ved Nidelva. I Trondheim skulle gruppe C og D gjennomføre sitt gruppespill. Gruppe C besto av Spania, Tyskland, Latvia og Nederland. Norge var å finne i gruppe D, med Frankrike, Portugal og Bosnia-Hercegovina. Kampene ble spilt som følgende:

Tabell 1 Oversikt over kampene

Dag	Dato	Tid	Kamp	Gruppe
Torsdag	09.01.2020	18.15	Tyskland - Nederland	C
Torsdag	09.01.2020	20.30	Spania - Latvia	C
Fredag	10.01.2020	18.15	Frankrike - Portugal	D
Fredag	10.01.2020	20.30	Norge - Bosnia-Hercegovina	D
Lørdag	11.01.2020	16.00	Latvia - Nederland	C
Lørdag	11.01.2020	18.15	Spania - Tyskland	C
Søndag	12.01.2020	16.00	Portugal - Bosnia-Hercegovina	D
Søndag	12.01.2020	18.15	Frankrike - Norge	D
Mandag	13.01.2020	18.15	Latvia - Tyskland	C
Mandag	13.01.2020	20.30	Nederland - Spania	C
Tirsdag	14.01.2020	18.15	Bosnia-Hercegovina - Frankrike	D
Tirsdag	14.01.2020	20.30	Portugal - Norge	D

Billettsalget foregikk i flere faser, men det hele startet 24. oktober 2018 med forhåndssalg av «6-dagers billetten». 9. januar 2019 begynte salget av neste billettype. Da ble det lansert «2-dagers billett». Etter gruppetrekningen og kunngjøringen av kampprogrammet ble det lagt ut flere nye billettyper fortløpende. Innenfor hver billettype var billettene delt inn etter tre ulike soner i hallen, kategorisert etter pris, se figur 1. (Billettpriser er vedlagt oppgaven)

Arrangøren hadde en klar salgsstrategi hvor de forsøkte å selge flest mulig 6-dagersbilletter og 2-dagersbilletter. Dette er en kjent strategi, der det åpenbare hovedmålet er å sørge for å at publikum tar del i arrangementet over så lang tid som mulig. I tillegg til de nevnte billettypene

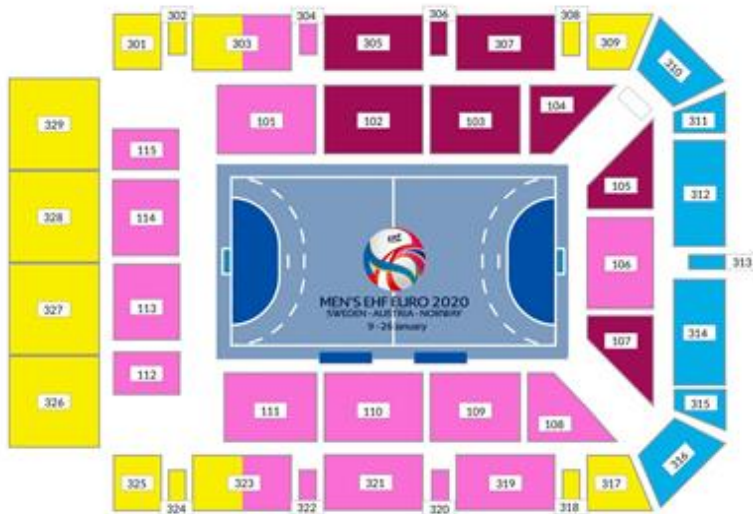
ovenfor ble det også tilbudt klubbilletter og familiebilletter. Oversikt over samtlige lanserte billettyper:

Tabell 2 Billettyper

Billettype:	Priskategori:			
	VIP (Lilla)	Kategori 1 (Rosa)	Kategori 2 (Gul)	Kategori 3 (Blå)
6-Dagers	X	X	X	X
2-Dagers	X	X	X	X
Dagsbillett, gruppe D	X	X	X	X
Dagsbillett, gruppe C	X	X	X	X
Gruppebillett, gruppe C	X	X	X	X
Familie			X	
Klubb				X

Tabellen viser de ulike billettene som ble tilbydd, med tilhørende priskategorier. «x» markerer hvilke billettyper som har hvilke priskategorier.

Figur 1 Tribuneoversikt



Illustrerende bilde over arenaen som viser hvor de ulike priskategoriene har sine respektive plasseringer.

Som Europas største flerbruksarena, leverte Trondheim Spektrum svært gode publikumstall. Ved å bli tildelt mesterskapet ble Trondheim Spektrum forpliktet til å selge 85 prosent av full kapasitet, omtrent 6,500 billetter, til alle kampdager. (Trondheim 2020, 2020). Som forventet ble Norges tre kamper godt besøkt, med et gjennomsnitt på 8,744 personer. Dette er tett opp mot full kapasitet, som ligger på 8,900. På arrangementets siste dag, gruppefinalen mellom Norge og Portugal, toppet det seg med 9,069 personer i hallen. Mandag ble den dårligst besøkte dagen med litt over 4,000 tilskuere. Inkludert de ansatte og frivillige som jobbet for arrangementet, var det nærmere 40,000 personer i Trondheim Spektrum over de seks dagene (Gill, 2020).

I tillegg til de vanlige billettene, var det i tillegg mulig å kjøpe «VIP NORWAY»-billetter. Disse billettene kunne kjøpes av privatpersoner eller gjennom ulike bedrifter og samarbeidspartnere. Formålet var å gi interesserte gjester muligheten til å oppleve mesterskapet gjennom en eksklusiv VIP-tilgang. Arrangøren tilbydde her en helhetlig billettpakke der gjestene kunne komme to timer før første kamp, og benytte seg av de ulike fasilitetene som ble tilbydd. VIP-billettene inkluderte også særlig gode sitteplasser i hallen med full oversikt over banen. «VIP NORWAY» hadde sin egen hall der KOMENT AS hadde ansvaret for de over 2,700 VIP-kundene. Her var det servering og underholdning både før, under og etter kampene. Flertallet av gjestene var spesielt inviterte personer, samt kunder eller ansatte av ulike bedrifter og samarbeidspartnere. (Dahl, 2020).

Mesterskapet var en viktig arena der arrangøren ønsket å presentere Trondheim by. Ove Grubba, eventansvarlig i NHF Region Nord, hadde følgende uttalelse om arrangementet:

«Vi skal, under mesterskapene, også jobbe for å skape engasjement og gi tilbud om å oppleve flere sider av Trøndelag enn bare EM-kampene. Vi skal legge til rette for turer til attraktive turistdestinasjoner i Trøndelag. Vi skal vise frem vår gode service, våre gode restauranter, vår kortreiste mat. Vi skal rett og slett selge Trondheim, opplevelsene, hotellene, restaurantene og matkulturen vår.» (Trondheim 2020, 2020)

Etter en vellykket gjennomføring fra både arrangørsiden og den sportslige delen av gruppespillet i Trondheim Spektrum, har billettsalget til håndball-EM for kvinner i desember 2020 fått en reell «salgsboost». Leder for media og kommunikasjon i NHF, Lars Hojem Kvam, forteller at halvparten av billettsalgene til mesterskapet for kvinner kom i løpet av de to ukene herrene sitt

mesterskap pågikk. Etter Norge sin seier over Frankrike i gruppespillet ble billettene revet bort. (Gill, 2020).

Norges håndballherrer var tilfreds med gruppespillet i Trondheim, og takker publikum og de frivillige for den suksessen håndball-EM i Spektrum ble. Kristian Bjørnsen, Norges landslagskaptein, går så langt som å utnevne Trondheim Spektrum til «Norges nye fort». Per Olav Hopsø, EM-sjef for arrangementet i Trondheim, forteller at de vil gå med overskudd uten å gi nøyaktige tall, og at disse pengene vil gå tilbake til idretten etter en fordelingsnøkkel styrt av NHF (Dahl, 2020).

1.2 Avgrensinger og presisering av oppgaven

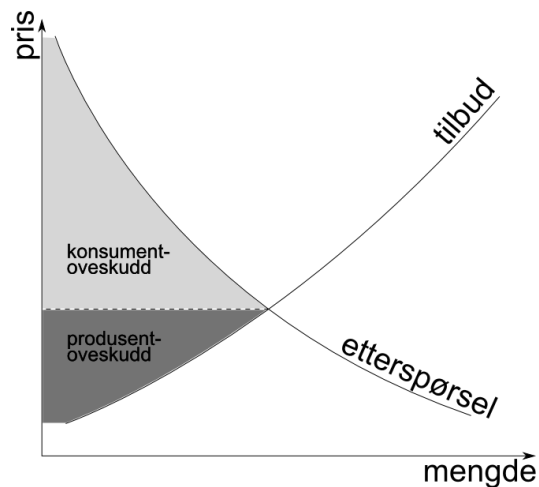
Da oppgavens størrelse kombinert med vår tid og ressurser er begrenset, har vi valgt å se bort fra kostnadssiden ved arrangementet, og fokuserer på inntektssiden. Vi tar for oss hvordan den økonomiske tilførselen er strukturert, og hvilke målgrupper som gir det mest lønnsomme utfallet. Vi inkluderer alle besøkende til Trondheim Spektrum, både fastboende og tilreisende. Personer under 18 år er ikke inkludert i undersøkelsen.

2.0 Teori

2.1 Konsumentoverskudd

2.1.1 Generelt om konsumentoverskudd

Konsumentoverskudd (KO) er definert som nytteoverskuddet en konsument sitter igjen med, og oppstår når den summen en person er villig til å betale er større enn den faktiske prisen. (Stoltz, 2014). Konsumentoverskuddet fremkommer ved at prisen gjerne ligger fast i markedet: en liter vann koster det samme per enhet, uavhengig om du vil ha en eller flere liter. Nytteten du får av kjøpet er likevel størst for den første literen du kjøper. Dette kalles en fallende grensenytte (Stoltz, 2014). Dersom markedsprisen er fast, vil alle konsumenter med en betalingsvillighet som er høyere enn markedsprisen få kjøpe et gode til en lavere pris enn hva de er villige til. Summen av dette for alle konsumenter blir det totale konsumentoverskuddet.



Figur 2 Konsumentoverskudd

Figur 2. «Illustrasjon av konsument- og produsentoverskudd», 2014, av Martin Eckhoff Andresen. (<https://snl.no/konsumentoverskudd>). CC BY SA 3.0

På figur 2 er konsumentoverskuddet i området over pris (stiplet linje) og innenfor etterspørselskurven. Her ser vi også den tydelige fallende grensenytten. Etterspørselen etter et gode er høyt i begynnelsen, før det avtar gradvis med mengden. Prisen settes der etterspørsel er lik tilbudet.

Maksimal betalingsvillighet er den høyeste prisen en kjøper er villig til å betale for en ekstra enhet av et gode (Andresen, 2014). Som regel er det vanskelig å fastslå den maksimale betalingsvilligheten til en forbruker ettersom det stort sett opereres med faste priser. Det er da ikke mulig å fastslå hva den maksimale prisen faktisk er, noe som vil kunne resultere i at forbrukeren får et konsumentoverskudd.

2.1.2 Konsumentoverskudd i håndball-EM

I oppgaven benytter vi maksimal betalingsvillighet og faktisk betalt pris for publikum i utregningen. Spørreskjemaet inneholdt spørsmål som fanget opp disse aspektene. Derfor kan tallene brukes til å regne ut det gjennomsnittlige konsumentoverskuddet tilskuerne sitter igjen med.

Figuren for håndball-EM vil se noe annerledes ut. Tilbudskurven for de ulike priskategoriene vil være flat, ettersom prisen er fast. Det vil også være naturlig å tenke seg at det blir kjøpt mindre VIP-billetter og flere billetter fra priskategori 3 på grunn av prisens art. I realiteten vil det se noe annerledes ut ettersom det ble tilbudt flere priskategori 1 og 2 billetter enn priskategori 3 (på grunn av gitte sitteplasser). Virkeligheten er altså mer sammensatt enn det kurven får fram. Billettene er blant annet differensierte ved at noen seter er bedre enn andre. Den reelle kompleksiteten bak tallene kommer dermed ikke godt fram og kurven er ikke egnet til å fange opp alle de ulike faktorene som spiller inn.

Det akkumulerte, totale, konsumentoverskuddet er også beregnet under analysedelen. Her er det gjennomsnittlige konsumentoverskuddet benyttet for personer fra Trondheim, Trøndelag og andre tilreisende. Videre har vi fått opplyst salgstall av arrangør som gir oss solgte billetter fordelt på de ulike geografiske områdene. Dette fører til følgende beregning: Akkumulert KO = gjennomsnittlig KO* antall solgte billetter. Dette gir en indikasjon på hvor stor merverdi de ulike områdene besitter.

2.2 Economic impact study (EIS)

2.2.1 Hva er (EIS)?

En «economic impact study» måler tilførselen av økonomiske midler til en by eller region, for eksempel av et idrettsarrangement. I tillegg vil den også måle indirekte og induuerte virkninger, men vår rapport vil bare måle tilførselen.

I (Chrompton, 1995) presenteres tre typer innvirkning en økonomisk tilførsel kan ha på en regional økonomi.

Direkte virkninger beskrives som den første runden av effekt, der tilreisende personers forbruk tilføres økonomien. Indirekte virkninger omfatter økonomiske ringvirkninger som et resultat av at de tilførte midlene sirkulerer i økonomien. Induserte virkninger omfatter den økte etterspørselen fra konsumenter i regionen. Økonomisk tilførsel fører til økt produksjon og sysselsetting i regionen, og dermed til økte inntekter, både direkte og indirekte.

2.2.2 Geografisk avgrensing

En naturlig utfordring i analyser om tilførsel er å fastsette et geografisk område der forbruket til de tilreisende skal ha virkning. Avgrensingens omfang kan ha store effekter på resultatet.

Trondheim kommune er sterkt økonomisk knyttet til sine nærliggende kommuner. Derfor er det fordelaktig å bruke Trondheim og omegn-kommunene (Stjørdal, Malvik, Melhus og Skaun) som aktuell region. All tilførsel utenfra denne regionen vil behandles som “nye penger”.

2.2.3 Begrepet «nye penger»

Vi skal utelukkende fokusere på “nye penger” i våre analyser. Dette er midler som ikke hadde blitt tilført økonomien hadde det ikke vært for det aktuelle arrangementet. Kun forbruket til personer som tilhører utenfor det geografisk avgrensede område og har utelukkende hensikt til å besøke arrangementet, bør inkluderes. Forbruket til lokale personer bør ikke inkluderes fordi vi kan forutsette at de hadde brukt de pengene på andre produkter og tjenester i regionen. Derfor bør dette ekskluderes fra analysen (Crompton, 2001).

2.2.4 Fokus og innfallsvinkel for oppgaven

Vi ønsker å fokusere på inntektssiden av arrangementet. "Literature shows that one of the main hurdles in determining the economic impact of major multi-sport events on a city or region is the lack of knowledge on consumption patterns of visitors and the number of persons that are visiting the event." (Preus, 2005). Vi ønsker å basere undersøkelsen vår på nøyaktige målinger av konsummønstre til personer i tilknytning arrangementet. Vi kan senere bruke disse opplysningene til å estimere den totale tilførselen av nye penger inn i regionen.

Vi tar utgangspunkt i en enkel modell utarbeidet av Crompton (Crompton, 2010). Han hevder at man kan fange opp det totale økonomiske forbruket ved å hjelp av følgende formel:

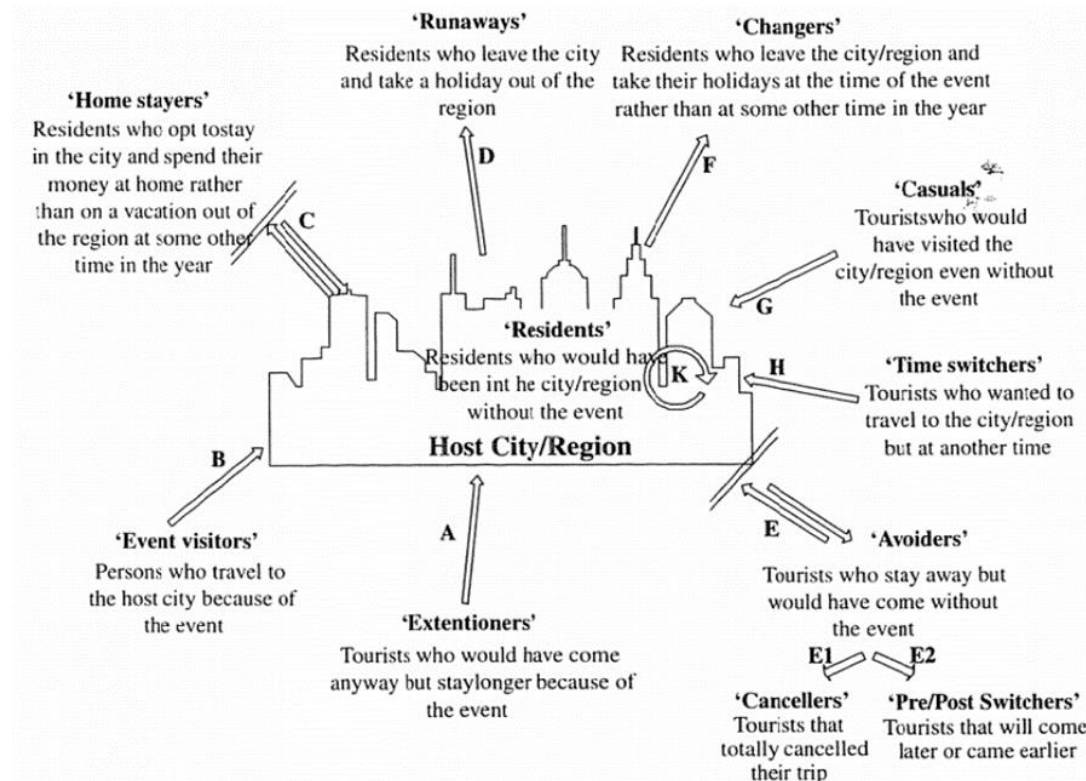
$$Y = N \times \beta \times M$$

Y representerer det totale forbruket gjort av besøkende på arrangementet. Y er et produkt av N (antall besøkende), β (Gjennomsnittlig forbruk per besøkende) og M (multiplikator). Vi skal utelukkende fokusere på de direkte virkningene, og vil derfor se bort ifra multiplikatoren. Det gir oss formelen:

$$Y = N \times \beta$$

2.2.5 Oppdeling av besøkende

Empiriske bevis viser til at det er ulike grupper som kommer og drar fra arrangørbyer under store internasjonale mesterskap. (Preuss, 2005). Innad i disse gruppene er det forskjellige konsummønstre. Figuren nedenfor illustrerer de ulike gruppene man må ta i betraktning for å få en korrekt analyse.



Figur 3 illustrerer ulike grupper som blir påvirket av mesterskapet. Fra "The economic impact of visitors at major multi-sport events" av Preuss, 2005, s. 288.

Figur 3 Grupper som blir påvirket av mesterskapet

A = Extentioners – Dette er en besøkende gruppe som har fått sitt opphold i byen forlenget som et resultat av mesterskapet. I analysen vår må vi inkludere de ekstra dagene gruppen er i regionen.

B = Event visitors – En gruppe som består av personer som besøker byen på grunn av mesterskapet.

C = Home stayers – Folk som velger å bruke pengene sine i byen i forbindelse med arrangementet istedenfor å bruke pengene på importerte goder eller ferier utenbys.

D = Runaways - Består av folk som forlater regionen som en konsekvens av mesterskapet, og kan ses på som motsetningen til vanlig besøkende. Dette er en gruppe som blir veldig aktuell når mesterskapet er veldig fremtredende i byen f. eks OL. Da kan innbyggere som ikke er interessert i arrangementet føle seg presset ut av turistene.

F = Changers – Innbyggere i regionen som forlater byen i tiden da arrangementet holdes istedenfor å forlate byen på et annet tidspunkt i året. Med andre ord vil netto tilførsel være lik fordi summen av penger ut er lik i begge tilfeller.

G = Casuals – Turister som hadde besøket regionen uavhengig av mesterskapet, men som tilfeldigvis la reisen sin til dette tidspunktet. Konsumet til denne gruppen kan ha endret seg som en følge av mesterskapet.

H = time-switchers - Turister som hadde dratt til regionen uavhengig av mesterskapet, men velger å legge reisen sin til samme tidspunkt.

E1 = Cancellers - Turister som avbryter reisen sin til regionen som et resultat av mesterskapet.

E2 = pre/post switchers - Turister som legger reisen sin til andre datoer enn mesterskapsdatoene på grunn av mesterskapet. Det er naturlig at flybillettene til byen er dyrere under mesterskapet, og det er derfor naturlig at turister som ikke er interessert i mesterskapet kommer til andre datoer.

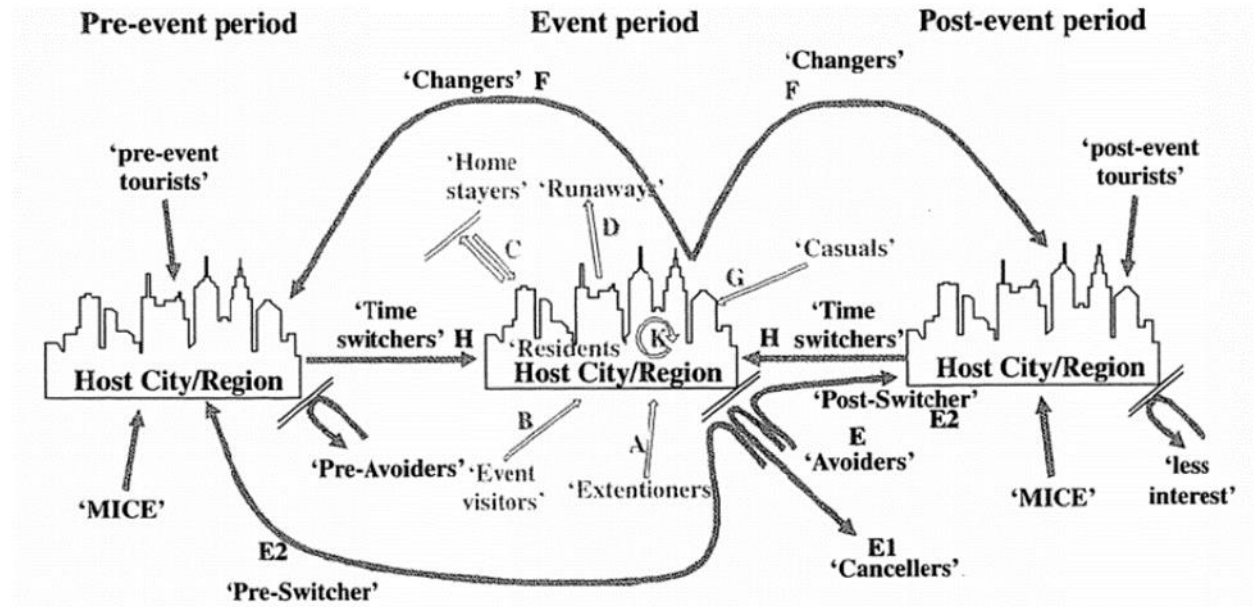
K = Residents – Innbyggere i regionen som forblir i regionen under mesterskapet.

2.2.6 Hvilke grupper er aktuelle for analysen?

Det er ikke alle gruppene som tillates å undersøkes innenfor omfanget av oppgaven. For eksempel ville kartlegging av «extentioners» krevd omfattende data fra lokale innbyggere i tiden før eller etter mesterskapet. Denne gruppen er ikke tilgjengelig for oss under datainnsamlingen, som foretas under i spektrum under mesterskapet. Andre grupper vi ser bort ifra er «home stayers», «Runaways», «time-switchers», «cancellers» og «pre/post – switchers». Vi vil heller ikke ta hensyn til forbruksendringen til lokale beboere, av samme grunn som vi forklarte i

avsnittet om “nye penger”. Vi sitter igjen med «extentioners» (A), «event visitors» (B) og «casuals» (G).

2.2.7 Tidsaspektet



Figur 4 illustrerer ulike grupper som blir påvirket før, under og etter mesterskapet. Fra “The economic impact of visitors at major multi-sport events” av Preuss, 2005, s. 289.

Figur 4 Grupper som blir påvirket før, under og etter mesterskapet

2.2.7.1 Før mesterskapet

En fullstendig impact-studie har 3 tidsaspekter integrert. «Pre switchers» trekker turismen opp, mens «time switchers» trekker i den andre enden ved å forflytte besøkende til mesterskapet. I tillegg har vi før-event-turister som besøker regionen på grunn av økt interesse for verten. MICE (Meeting-incentives-conventions-events) er personer som besøker regionen i tilknytning til oppdrag under arrangementet, og kan for eksempel være spillere, sponsorer, media, eksperter, delegater osv. Vi omtaler MICE som delegater i resten av oppgaven. Denne gruppen vil også være representert i perioden før mesterskapet. Den siste gruppen som påvirker tilførselen før mesterskapet er «pre-avoiders» som velger å ikke besøke regionen i perioden fordi det snart skal avholdes et stort mesterskap.

2.2.7.2 Etter mesterskapet

I perioden etter mesterskapet vil vi også få 2 motstridende effekter av at «post-switchers» besøker regionen etter mesterskapet, mens «time-switches» gjør det motsatte. Det vil fortsatt være representanter fra MICE som har oppdrag vedrørende nedrigging av arrangementet. Inntrykket av mesterskapet utad vil ha stor påvirkning på turismen i denne fasen. (Gripsrud, 2008). Har nasjonen gitt et dårlig inntrykk vil vi kunne få en effekt av mindre interesse i form av svekket turisme.

2.2.7.3 Vår innfallsvinkel

Analysene våre baserer seg på data som er hentet inn under mesterskapet. Derfor fokuserer vi på de økonomiske effektene som skjer under denne perioden, og utelukker effekter som skjer i før og etter-perioden.

2.2.8 Videreutvikling av formel

$$Y = N x \beta$$

Ordinære publikummere er delt opp i folk fra andre regioner i Trøndelag (T1) og andre tilreisende (T2). Andre tilreisende består av personer fra resten av landet samt utlendinger. Vi har også kartlagt utlendinger som har bestilt reisen som en gruppereise. Disse er såpass få at vi velger å innlemme de i vanlige utlendinger. I (T2) justerer vi for tilfeldige besøkende og de som forlenger oppholdet sitt som en følge av mesterskapet.

Gruppen «VIP» (V) som innlemmes i analysen er de som er tilreisende. Hvis bedriften som har sponset billetten/oppholdet holder til i Trondheim vil personen bli ekskludert.

Gruppen “delegater” består av personer som enten er invitert gjennom idrettsforbund eller gjør en betalt jobb under mesterskapet. Typiske vil dette være fotografer, teknikere, delegater og inviterte gjester. Vi regner både forbruk betalt fra egen lomme og sponset som tilførsel hvis personen er utenfra regionen. Vi omtaler sponset forbruk som (D1) og eget forbruk som (D2)

Frivillige (F) er personer som har jobbet ubetalt under mesterskapet. Utgiftene deres som er betalt av egen lomme regnes som tilførsel. Sponsede utgifter i denne gruppen betales av Spektrum. Dette regnes derfor ikke som tilførsel.

Dette gir oss gruppene: (T1, T2, V, D1, D2, F)

$$Y = \sum_{i=T_1}^F N_i * \beta_i$$

(Y) Blir nå et produkt av de totale forbrukene innenfor hver gruppe.

3.0 Metode

3.1 Presentasjon og begrunnelse for valg av forskningsopplegg

I dette kapittelet presenteres metoden som er benyttet for å belyse våre problemstillinger. Innledningsvis redegjøres det for forskningsdesign hvor vi presiserer valgene som ble gjort i forkant og under selve undersøkelsen. I avslutningen blir generaliseringen diskutert, i tillegg vil undersøkelsens validitet og reliabilitet bli kommentert.

Innsamlet data fra undersøkelsen skal tilfredsstillende to krav, den skal være gyldig og relevant (valid) i tillegg må den være pålitelig og troverdig (reliabel) (Jacobsen, 2018, s. 16). Gyldigheten deles inn i intern og ekstern gyldighet. Der den interne gyldigheten dreier seg om vi har dekning i data for de konklusjonene vi trekker. Den eksterne gyldigheten tar for seg om resultatene våre fra et klart definert område, også kan gjelde i andre sammenhenger. (Jacobsen, 2018, s. 17)

Med reliabilitet mener vi at undersøkelsen har blitt gjennomført på en troverdig måte, at den er til å stole på. (Jacobsen, 2018, s.17)

I oppgaven har vi benyttet oss av primær- og sekundærdata. Primærdata ble hentet inn fra spørreundersøkelsen som ble gjennomført under mesterskapet. Sekundærdata er blant annet hentet fra statistikk.net, for å kartlegge hotellenes belegg.

3.2. Forskningsdesign

Forskningsdesign skal belyse problemstillingene ut ifra et ekstensivt eller intensivt undersøkelsesopplegg, hvor valgt design vil påvirke oppgavens metode.

Det ekstensive opplegget er i vårt tilfelle det som er mest forenlig med vår undersøkelse. Opplegget går i bredden, slik at man kan studere mange enheter, i vårt tilfelle publikummere, VIP-gjester, delegater og frivillige. Muligheten for å generalisere funnene fra utvalget til populasjonen lar seg best gjøre med et ekstensivt undersøkelsesopplegg. Den eksterne gyldigheten vil derfor være sterkere enn hva som er tilfelle med et intensivt design. (Jacobsen, 2018, s. 91)

Problemstillingene våre gir et godt grunnlag for å ta i bruk et ekstensivt undersøkelsesopplegg. Da vårt ønske om statistisk generalisering er det ekstensive oppleggets sterke side. I vår oppgave vil det være hensiktsmessig å gå mest mulig i bredden og få så mange respondenter som er praktisk mulig. Det er ingen automatikk i at et design fordrer en metode, men våre beskrivende problemstillinger og behov for å generalisere fra utvalg til populasjon gjør det hensiktsmessig og benytte oss av en kvantitativ metode.

Fordelen med en kvantitativ tilnærming er åpenbart de standardiserte dataene. Dette gjør at vi presist kan beskrive forhold som er av betydning for oppgaven. I vårt tilfelle kan dette for eksempel gå ut på hvem som innehar det høyeste forbruket under mesterskapet.

Kostnadseffektiviteten er tilfredsstillende, noe som gir oss muligheten til å undersøke mange enheter og få et representativt utvalg. I tillegg kan vi få eksakte tall i form av antall, prosenter, standardavvik slik at vi får fram hovedtrekk og eventuelle avvik på en effektiv måte. (Jacobsen, 2018)

Avstand kan være både en fordel og ulempe i kvantitativ tilnærming. Fordelen er at vi beholder en kritisk avstand til dem vi undersøker ved å ikke spørre etter personopplysninger, vi utvikler derfor ingen personlige bindinger. Ulempen i forbindelse med avstand, hvor intervjuobjektene for eksempel kan misforstå spørsmålene, vil være redusert til et minimum da vi benyttet oss av et personlig intervju hvor eventuelle misforståelser kan avdekkes umiddelbart.

Ulempene med valgt metode kan være oppsettet av spørreundersøkelsen. Oppsettet på undersøkelsen besto av standardiserte spørsmål som var utarbeidet på forhånd. En kvantitativ tilnærming er derfor av en mer rigid art.

3.3 Spørreskjemaet

Spørreundersøkelsen tar utgangspunkt i Cromptons artikkel «A guide for undertaking economic impact studies: The springfest example.» Spørsmålene ble tilpasset vårt forskningsopplegg og forbedret slik at de tilfredsstillte kravene om enkelhet, klarhet, og lesbarhet. Dette resulterte i fire spørreskjema, for henholdsvis regulære publikummere, VIP-gjester, delegater og frivillige (web-basert, sendt ut i etterkant av mesterskapet). (Crompton, 2001)

Kategoriseringen av spørreskjemaet og prosessen med selve utformingen av skjemaet foregikk til alle deltakere i gruppa, i tillegg til veiledere var fornøyde med operasjonaliseringen av spørsmålene. Dette bidro utelukkende til å få så korrekte svar som mulig, og gjør arbeidet med analysen av datamaterialet enklere.

3.3.1 Intervjuets gang

Ved henvendelse hos respondent presenterte intervjuer seg selv og at undersøkelsen var i forbindelse med et forskningsopplegg i tilknytning til NTNU Handelshøyskolen. Poenget var at respondenten ble oppmerksom på at undersøkelsen dreide seg om arrangementets økonomi.

De ulike målgruppene for undersøkelsen var som følger:

1. Regulære publikummere – ordinære publikummere som har kjøpt sin egen billett eller fått billetten av andre.
2. VIP Norway – som i tillegg fikk tilgang til eksklusive tribune plasseringer og tilgang til VIP-området med servering og underholdning.
3. Delegater og yrkesreisende
4. Frivillige/Crew

Spørsmålet om hvor respondenten kom i fra er helt avgjørende for undersøkelsens geografiske dimensjon, med tanke på å skille mellom tilførsel og omfordeling av inntekter. Tilførsel av inntekter regnes som inntekter som er «nye» for regionen. Dette er respondenter som kommer fra

utlandet eller fra andre deler av Norge. For personer som kommer fra Trondheim og Trøndelag skjer det en omfordeling. De bruker midler som kunne ha blitt brukt på andre tjenester i regionen. Det skjer derfor ingen tilførsel til regionen. For å se om trøndere var tilfredse med arrangementet ble problemstilling to utledet, hvor respondentenes konsumentoverskudd representerer verdien av arrangementet. Da den første problemstillingen utelukkende fokuserer på tilførsel, kan det være hensiktsmessig å fokusere på de lokales verdsettelse av arrangementet.

Spørsmålet om forbruk ble kun stilt til utlendinger og tilreisende fra andre områder enn Trøndelag. For å kartlegge hvordan forbruket til de ulike respondentene, ble det utarbeidet et forbruksspørsmål som tok utgangspunkt i hva vedkommende brukte på fem ulike kategorier. Intervjuer presiserte at undersøkelsen ønsket svar på alle kategoriene, hvor svarene skulle presenteres med bakgrunn i forbruk de siste 24 timer.

Vi opplevde utfordringer hos noen som ikke husket hva de hadde brukt på eksempelvis restaurant kvelden før.

De neste spørsmålene om billettkategori, billettpriser og om de er kjøpt selv/sponset ble stilt til alle deltakere. Dette gjaldt også de siste spørsmålene om alder og inntekt. Spørsmålene om alder og inntekt kan oppfattes som personlig ovenfor respondenten. Ved å bruke huskeregel 8: «Begynn et spørreskjema ufarlig og avslutt med mer følsomme spørsmål.» (Jacobsen, 2018, s. 274) forsøkte vi derfor å få så mange som mulig til å svare. Grunnen til at dette spørsmålet ble stilt, var for å se om det er sammenhenger mellom billettype, forbruk og betalingsvillighet.

Delegat- og VIP-skjemaene hadde samme oppbygning som de regulære publikummerne, men her var søkelyset på hvilken rolle de hadde under mesterskapet og forbruk. I forbruksspørsmålet fant vi det også nødvendig å skille mellom eget og sponset forbruk. Da det er interessant å se hvor stor andel av forbruk som ble betalt fra egen lomme.

3.4 Datainnsamling

Som allerede nevnt benyttet vi oss av et personlig, standardisert intervju. Dette ble gjort med bakgrunn i vårt ønske om et representativt utvalg hvor vi ville ha så presise svar som mulig. Intervju ble derfor brukt for å få respondentene til å svare på spørsmål de syntes kunne være

vanskelige å ta stilling til. En annen grunn til å bruke intervju er at det kunne tenkes at motivasjonen til å svare på undersøkelsen kan være lav, noe som kan føre til et høyt frafall. Derfor oppsøkte vi publikummere, delegater og VIP-gjester i Spektrum for å oppnå et mest mulig representativt utvalg.

En annen dimensjon av valgt innsamling er at problemstillingen krever at resultatene må kunne generaliseres og det må innhentes informasjon direkte fra publikum fordi forbruksdata ikke er tilgjengelig via andre kilder.

Utvalgsproblematikken handler om hvordan vi skal få et utvalg som er så representativt at vi kan generalisere fra utvalget til alle enhetene. (Jacobsen, 2018, s. 289). I vår undersøkelse ønsket vi å få et så presist sannsynlighetsutvalg som mulig. Under selve kampdagene var vi ni stykker som foretok intervjuer. Vi plasserte oss ut på utvalgte steder i hallen hvor det kunne være gunstig å innhente svar. Soner vi oppholdt i var typiske mingleområder mellom hallene og i gangene. Vi delte oss inn i grupper hvor brorparten av oss henvendte oss til de regulære publikummerne, og én til to stykk fokuserte på VIP-gjester og delegater. Vi opplevde problemer å innhente svar fra VIP-gjestene og delegatene under selve kampdagene. Det ble derfor avtalt et møte på delegatenes hotell på dagtid før kampene startet. Møtet ble gjennomført og vi ble møtt med både forståelse og interesse for undersøkelsen.

For å få svar fra yrkesreisende ble vi tvunget til å gjennomføre tiltak da vi ikke oppnådde respons ved kamptidspunkt. Dette forsøkte vi å løse ved at to stykker møtte tidligere opp i hallen, slik at vi fikk møtt de yrkesreisende på et mindre stressende tidspunkt hvor de hadde anledning til å delta. Virkningen av dette var tilfredsstillende.

Dataene ble samlet inn med et tilstrebet systematisk tilfeldig utvalg. Dette er et utvalg som benyttes når vi ønsker full spredning fra populasjonen. (Jacobsen, 2018, s. 296). At vi tilstrebet et systematisk tilfeldig utvalg var på grunn av ulike forutsetninger ved ulike tidspunkt og ulike kampdager.

Intervjuere plasserte seg rundt på strategiske plasser i hallen. Plasseringer nær køer i forbindelse med kiosk eller toalett gjorde det enklere å få tak i personer i mindre stressende situasjoner.

Utgangspunktet var at alle intervjuere skulle ta utgangspunkt i et punkt, for eksempel en stol,

søyle eller avfallsdunk. Videre skulle intervjuer henvende seg til hver tredje person som passerte, eller oppholdt seg ved referansepunktet. På denne måten tilstrebet vi et systematisk tilfeldig utvalg



Figur 5 Salkart

Salkartet ble brukt for å henvende seg til de ulike tilskuerne. Hvor fargene representerer de ulike kategoriene i grove trekk. Kartet viser derimot ikke fan-zone og VIP-området. Disse områdene er på høyre side av salkartet og de største folkestrømmene var derfor under de blå områdene. Det var derfor hensiktsmessig å plassere de fleste her, fordelt jevnt utover hallens bredde. Intervjuere ble også plassert inne i fan-zone, hvor det var mulig for at blant annet barn kunne delta på ulike aktiviteter. I den forbindelse var det mulig å få kontakt med ventende foreldre. Utenfor VIP-området og delegatsonene var vi ikke akkreditert, derfor ble det plassert en person utenfor hver utgang. Vi opplevde noen utfordringer med VIP og delegat i forbindelse med deltakelse, hvor mange svarte at de ikke hadde mulighet for å delta. Det var i tillegg vanskelig å nå de på andre områder på grunn av vår begrensning i akkrediteringen.

3.5 Undersøkelsens respondenter

Tabell 3 Oversikt over antall svar på undersøkelsen

Målgruppe	Antall
Regulære publikummere	747
VIP-Norway	85
Delegater	84
Frivillige	240

Totalt oppnådde vi 1,156 svar på spørreundersøkelsen, noe som kan anses som et godt sample. Det ble ikke gjennomført intervju for frivillige under mesterskapet. For å samle inn data for denne gruppen ble det utarbeidet et digitalt spørreskjema, som ble sendt på e-post til gruppen. Fra tabellen fikk vi 240 svar av totalt 420 frivillige. Med andre ord anser vi det som svært tilfredsstillende med en svarprosent på 57 % for denne gruppen. Den høye svarprosenten kan forklares med bakgrunn i at den ble gjennomført digitalt, i tillegg ble det også sendt ut purringer.

3.6 Undersøkelsens kvalitet

Undersøkelsen skal forsøke å minimere problemer knyttet til gyldighet (validitet) og pålitelighet (reliabilitet) (Jacobsen, 2018, s. 227). Dataene som er samlet inn i undersøkelsen har som formål å besvare problemstillingene «I hvilken grad fører håndball-em til økonomisk tilførsel for Trondheimsregionen?» og «Hvor stor verdi har mesterskapet for innbyggere fra Trondheim og omegn?»

For at undersøkelsen skal svare på problemstillingene, må den tilfredsstillende kravene om å være valid og reliabel.

3.7 Validitet

Den indre validiteten er knyttet opp mot spørreskjemaet, om vi måler det vi ønsker å måle (Jacobsen, 2018, s. 351). Det er også viktig å være kritisk til hvordan vi kan tolke samvariasjon som årsakssammenhenger, spesielt med tanke på den ytre validiteten, som er handler om i hvor stor grad funnene i undersøkelsen kan generaliseres fra utvalget til populasjonen. (Jacobsen, 2018, s. 351). Jacobsen mener det er to faktorer som er viktig for å kunne generalisere, det er antall enheter og hvordan enhetene er valgt ut. I vår undersøkelse mener vi at det er et statistisk tilfredsstillende antall respondenter som har svart.

Spørreskjemaet tok utgangspunkt en velkjent studie hvor spørsmålene allerede var testet for validitet og reliabilitet. Det ble foretatt en grundig gjennomgang av skjemaet sammen med veiledere for å forsikre oss om at skjemaet ble så effektivt som mulig, samtidig som muligheten for misforståelser var redusert til et minimum. Spørsmålene ble også oversatt til engelsk og tysk. I tillegg ble det foretatt mindre endringer på skjemaet etter første kampdag, hvor blant annet

spørsmålet som omhandlet respondentens bruttoinntekt ble inkludert. Noen av spørsmålene svarer ikke på våre problemstillinger, men kan hjelpe arrangør og EHF til videre arbeid. Det kan derfor være at noen av spørsmålene kan ha bli oppfattet som noe ledende, hvor intervjuobjektet svarte deretter. Et eksempel på dette kan være gjentakelsen av om utgiftene har blitt betalt selv og spørsmålene angående betalingsvillighet.

Den ytre validiteten omhandler om utvalget kan generaliseres til å gjelde hele populasjonen (Jacobsen, 2018, s. 358). Målet med utvalget er at det skal gjelde for hele populasjonen, med andre ord alle regulære publikummere, VIP-gjester, delegater, yrkesreisende og frivillige. En gjennomføring av en kritisk drøfting av funnene og dataene til undersøkelsen omhandler å undersøke utfordringer knyttet til dataenes gyldighet og pålitelighet.

3.8 Reliabilitet

Reliabiliteten handler om det finnes feilkilder som kan påvirke resultatet i undersøkelsen direkte eller indirekte. (Jacobsen, 2018, s. 363). Det er viktig å reflektere over om det er noen sammenheng mellom resultatene og svarene vi har fått av undersøkelsen. Andre kilder til feilsvar kan være at respondenten mistolker spørsmålene sånn at de svarer på noe helt annet enn hva undersøkelsen er ute etter. I spørreskjemaet er det heller ikke åpent for diskusjon, så disse misforståelsene har derfor ikke kommet fram. Om undersøkelsen kunne ha blitt gjennomført med bedre tid til rådighet, hvor svaralternativene hadde vært åpne for mer nyanserte svar kunne dette resultert i annerledes svargivning. Dette hadde gått på bekostning av effektiviteten under innsamlingen, noe som i utgangspunktet ikke var ønskelig.

4.0 Analysedel

4.1 Prosentvise forskjeller på betalingsvillighet og faktisk pris

I denne delen av analysen vil vi se nærmere på den prosentvise forskjellen mellom faktisk betalt pris og faktisk betalingsvillighet for de tre ulike billettypene. Her vil Trondheim og omegn, og deretter tilreisende, studeres separat. Analyserte billettyper er 6-dagers-, 2-dagers- og dagsbillett.

4.1.1 Forutsetninger for analyse av betalingsvillighet

Det er tatt noen forutsetninger og endringer før analysen. Enkelte besøkende har oppgitt en faktisk betalt pris som ikke er i samsvar med prisen på noen av de gitte billettypene. Vi brukte derfor priser oppgitt av arrangementet for å justere. Beløp i EUR er omgjort til NOK med en kurs på $1\text{€} = (9.99003 \approx 10\text{kr})$ jf. Gjennomsnittlig valutakurs 01.12.2019 – 31.01.2020. (Norges Bank, 2020)

Vi fjernet eventuelle ekstremverdier i betalingsvillighet-variabelen. Dette ble gjort da det er grunn til å tro at priser som skilte seg ut kommer av misforståelser i forbindelse med valuta prisen ble oppgitt i. Vi godtar verdier for betalingsvillighet som ikke overgår det dobbelte av den betalte prisen.

Datafilen er også vektet slik at vi unngår skjevhet i tallmaterialet. Dette er nødvendig da det ble intervjuet et stort antall utlendinger i forhold til den reelle størrelsen. Dette var for å tilstrebe å få et representativt antall svar fra denne gruppen. Vektingen vil sørge for å utligne denne skjevheten.

Videre består variabelen med priser av alle de tre ulike priskategoriene, slik at vi får den gjennomsnittlige prisen per billettype. En slik oppdeling fant vi var den mest hensiktsmessige måten å gjennomføre det ved. Dette vil også gjelde for betalingsvillighet-variabelen. Vi valgte å dele opp publikum i to ulike geografiske grenser. Der vi ser på Trondheim og omegn (Trondheim-, Malvik-, Melhus- og Skaun kommune) på den ene siden, og deretter alle tilreisende (resten av Trøndelag, Norge og utlandet) på den andre siden, i henhold til spørsmål 3 i spørreskjemaet.

Tabell 4 Billettpriser Trondheim og omegn, faktisk pris og betalingsvillighet

Kategori	Antall	Gjennomsnitt	Std. Avvik
6-dagers:			
Billettpris	14	4,113.33	569.14
Maksimal betalingsvillighet	13	3,841.82	1,692.71
Prosentvis forskjell	-6.60 %		
2-dagers:			
Billettpris	204	1,213.98	458.67
Maksimal betalingsvillighet	205	1,339.51	555.01
Prosentvis forskjell	10.34 %		
Dagsbillett:			
Billettpris	228	755.85	186.44
Maksimal betalingsvillighet	240	793.99	308.00
Prosentvis forskjell	5.05 %		

Tabell (4) viser den gjennomsnittlige billettprisen og betalingsvilligheten per billetttype for Trondheim og omegn. Den viser også den prosentvise forskjellen i betalingsvillighet og pris.

Tabell 5 Billettpriser tilreisende, faktisk pris og betalingsvillighet

Kategori	Antall	Gjennomsnitt	Std. Avvik
6-dagers:			
Billettpris	20	4,068.30	620.03
Maksimal betalingsvillighet	17	4,644.03	1,196.19
Prosentvis forskjell	14.15 %		
2-dagers:			
Billettpris	151	1,316.75	418.86
Maksimal betalingsvillighet	147	1,518.25	636.72
Prosentvis forskjell	15.30 %		
Dagsbillett:			
Billettpris	77	789.43	168.83
Maksimal betalingsvillighet	80	917.78	390.66
Prosentvis forskjell	16.26 %		

Tabell (5) viser den gjennomsnittlige billettprisen og betalingsvilligheten per billetttype for Trondheim og omegn. Den viser også den prosentvise forskjellen i betalingsvillighet og pris.

4.1.2 Resultat av betalingsvillighet analysen

Betalingsvilligheten sett opp imot faktisk betalt pris er jevnt over høyere for tilreisende enn publikum fra Trondheim og omegn. Tallene for Trondheim og omegn gir et negativt avvik på - 6.60 %, mens 2-dagersbillett og dagsbilletten viser en forskjell på 10.34 % og 5.05 %.

Resultatene til tilreisende viser noe større positive forskjeller. 6-dagersbilletten, 2-dagersbilletten og dagsbilletten har henholdsvis en prosentvis forskjell på 14.15 %, 15.30 % og 16.26 %.

4.1.3 Tolkning av tabell 4 og 5

Tendensen som følger av resultatene, er at respondentene stort sett er villige til å betale mer enn hva den faktiske gjennomsnittlige prisen er. Som sagt legger vi merke til at forskjellene er vesentlig større for den tilreisende gruppen enn de lokale. Det vil også være naturlig at denne andelen har en større positiv prosentvis forskjell enn de som kommer fra byen. Det vil koste mer å besøke Trondheim for å se på håndball-EM og det er da naturlig å anslå at interessen og betalingsvilligheten øker. Vi skal undersøke hvordan konsumentoverskuddet er fordelt innad i gruppene i neste analysedel.

Når det gjelder Trondheim og omegn ser vi at på 6-dagersbilletten har et negativt avvik på - 6.60 %. Det er grunn til å tro at dette kan forklares ved at det var få billetter av denne typen, og resultatet blir derfor svært følsomt for de få respondentene som svarte.

4.2 Hvor stor merverdi har mesterskapet for publikum?

Neste blir å belyse hvor stor verdi mesterskapet i Trondheim har for tilskuerne. Dette gjøres ved å se på det akkumulerte konsumentoverskuddet. Vi vil også konstruere en oversikt over det kumulative konsumentoverskuddet. Hensikten med dette er å analysere hvordan konsumentoverskuddet er fordelt ut ifra geografi, billettype og priskategori.

4.2.1 Forutsetninger for merverdi-analysen

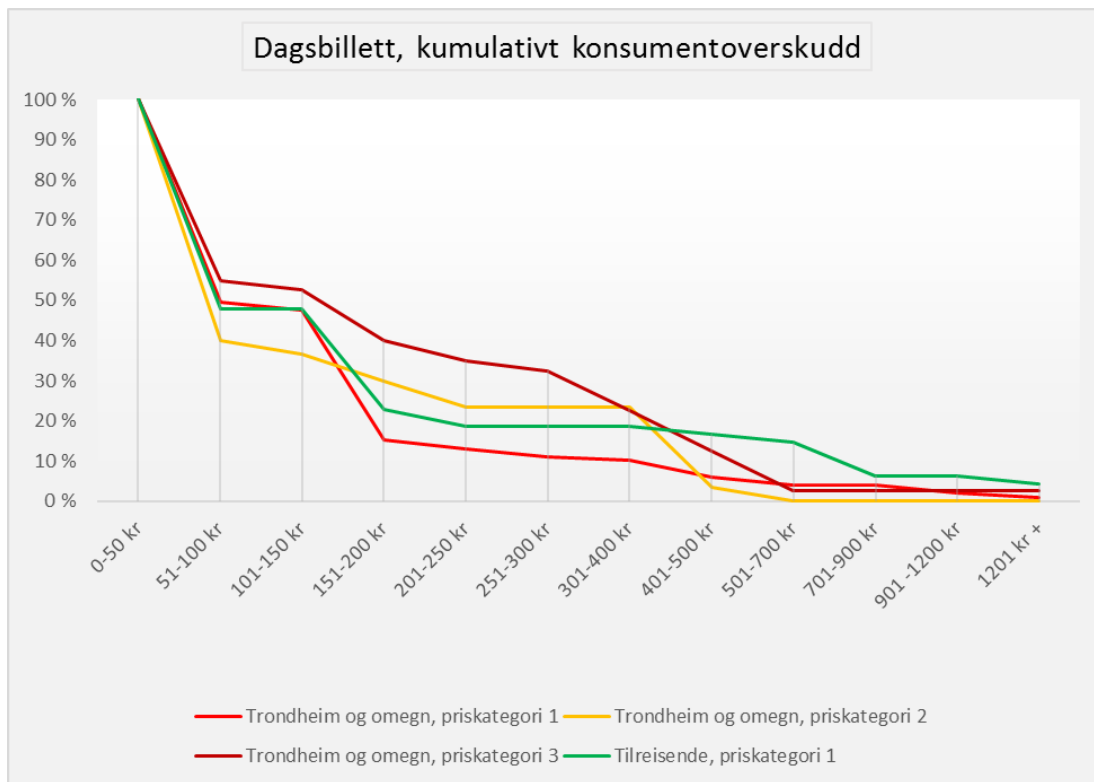
For å analysere dette må vi bruke betalingsvilligheten og faktisk betalt pris. Det er også benyttet tall over solgte billetter for å regne ut det aggregerte konsumentoverskuddet. I det kumulative diagrammet analyseres de tre ulike priskategoriene hver for seg fordelt på Trondheim og omegn og de tilreisende. Ved beregning av konsumentoverskuddet er det satt en maksgrense på det

dobbelte av gjeldende pris. Da vil de største ekstremverdiene bli eliminert. Billettypene som analyseres er 2-dagersbillett og dagsbillett. 6-dagersbilletten er tatt bort da det var få respondenter til å vise det hele bildet. Priskategori 2 og 3 for tilreisende gruppe, dagsbillett, er også fjernet på grunn av for få respondenter. I den kumulative analysen har vi sett bort fra de som opplyste lavere betalingsvillighet enn pris. Vi forutsetter at disse personene enten ikke har betalt billetten selv, eller har opplyst feilinformasjon.

Tabell 6 Akkumulert KO

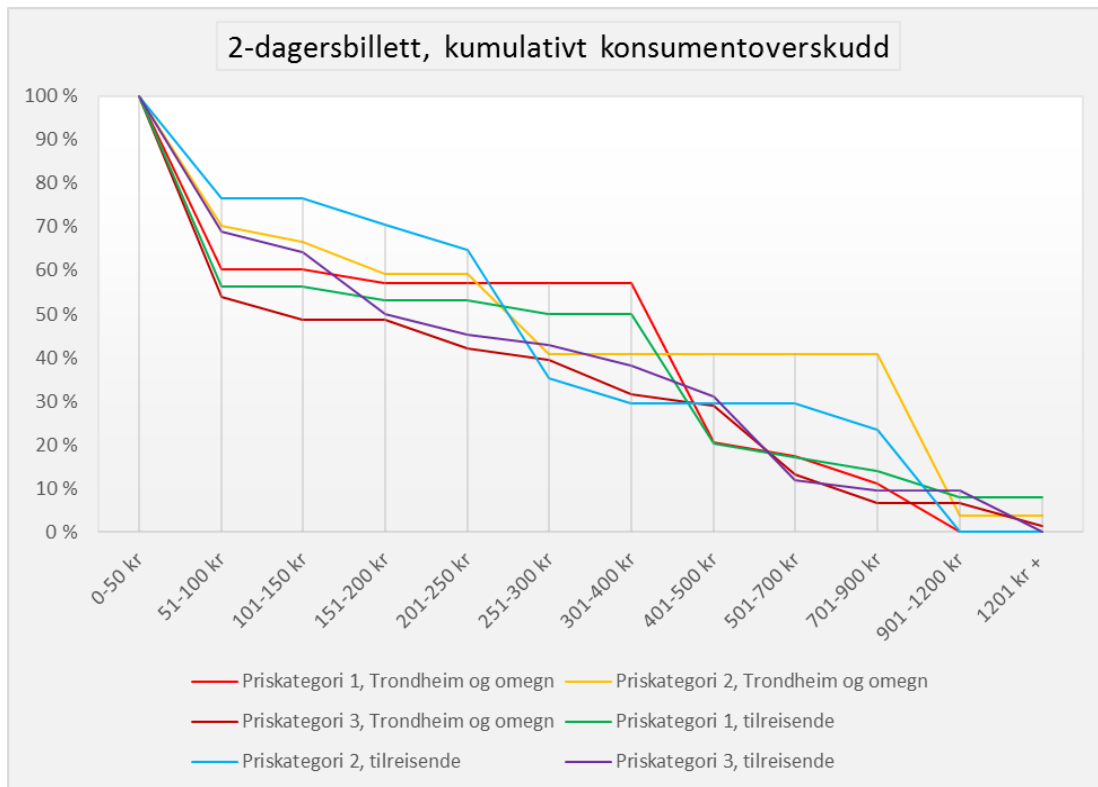
	Antall	Gjennomsnitt konsumentoverskudd	Akkumulert/totalt konsumentoverskudd
Trondheim	19,057	71.18	1,356,371.83
Trøndelag	4,502	146.98	661,705.97
Andre tilreisende	6,441	238.90	1,538,794.13
Totalt	30,000		3,556,871.93

Tabell 6 viser tall for det akkumulerte KO. Verdiene er et produkt av antall publikum multiplisert med gjennomsnittlig KO innenfor hver gruppe.



Figur 6 Dagsbillett, kumulativt KO

Figur 6 illustrerer fordelingen av KO for publikum med dagsbillett. Y-aksen består av kumulative % av totale tilskuere innad i kategorien. X-aksen viser til ulike kategorier av KO.



Figur 7 2-dagersbillett, kumulativt KO

Figur 7 illustrerer fordelingen av KO for publikum med 2-dagersbillett. Y-aksen består av kumulative % av totale tilskuere innad i kategorien. X-aksen viser til ulike kategorier av KO.

4.2.2 Resultat av det akkumulerte konsumentoverskuddet

Resultatet av tabell 6 viser en stor spredning i det totale konsumentoverskuddet. Totalverdien på 3,556,871.93 er fordelt med 1,356,371.83 på Trondheim, 661,705.87 på Trøndelag og 1,538,794.13 på «andre tilreisende». Majoriteten av de ordinære tilskuerne er fra Trondheim og omegn. Det gjennomsnittlige konsumentoverskuddet viser mye høyere verdier for «andre tilreisende», enn de fra Trondheim og Trøndelag.

4.2.3 Resultat av de kumulative grafene

De kumulative diagrammene viser oss den gradvise nedgangen i betalingsvillighet ved en økning i prisen. Både for dagsbillett og 2-dagersbillett faller resterende publikum ned til ca. 50 til 60 % ved en økning i prisen med 100 kr. Kurvene flater så ut, da det forsvinner flere og flere desto høyre konsumentoverskuddet blir.

Grafene er resultater av et samlet antall personers betalingsvillighet, fordelt på geografi, billettype og priskategori. Grafen er på 100 % ved 0-50 kr, når konsumentoverskuddet øker til neste kategori, 51-100 kr, forsvinner personene som har lavere konsumentoverskudd enn den gitte kategorien Dette resulterer i at grafen synker. Ute til høyre i diagrammet er det så få antall personer igjen som har et så høyt konsumentoverskudd, slik at grafen er tilnærmet lik 0 %.

4.2.4 Tolkning av tabell 6 og figur 6 og 7

Hvor stor verdi har mesterskapet? På bakgrunn av resultatene i analysen kan tallene gi en indikasjon på hvor stor merverdi mesterskapet har for de lokale og tilreisende. Et veldig høyt konsumentoverskudd vil med andre ord indikere for høy merverdi og motsatt for et lavt konsumentoverskudd. Det akkumulerte konsumentoverskuddet forteller oss at den tilreisende gruppen har tilsynelatende stor merverdi ovenfor mesterskapet. Med et gjennomsnittlig konsumentoverskudd langt over publikum fra Trondheim og Trøndelag. Om dette kan ha noe med interesse er vanskelig å avklare i denne delen av oppgaven.

Grafene for dagsbillett og 2-dagersbilletten illustrerer interessante funn. Ved dagsbillett ser vi at fallet ved å øke prisen med 100 kr er relativt stort, grafen som viser publikum fra Trondheim og omegn priskategori 2 mister hele 60 % av personene. Avvikene mellom grafene er relativt smale utover i diagrammet, noe som tyder på et likt konsumentoverskudd. Tendensen er at Trondheim og omegn, priskategori 3, skiller seg noe ut. De bevarer et høyere kumulativt antall personer over et lengre spekter. Konklusjonen kan være at dagsbilletten er noe utsatt ovenfor en eventuell prisøkning.

2-dagersbillettgrafene har mange av de samme trekkene som dagsbilletten, men grafene holder seg på høye verdier over lengre tid. Her er det grafen til tilreisende, priskategori 2, som holder et høyt nivå før den synker kraftig ved 250 kr. Noe som er interessant her er at flertallet av grafene holder seg på relativt likt kumulativt nivå (y-akse) mellom 100 kr og 300 kr. Dette gir viktig

informasjon med tanke på en potensiell prisøkning. Det vil derfor være hensiktsmessig å øke prisen med 300 kr kontra 100 kr. Grafene holder seg også en del høyere over lengre tid, slik at det er flere respondenter med et høyere konsumentoverskudd her enn i diagrammet for dagsbilletter.

Diagrammene gir gode indikasjoner på hvordan en potensiell prisøkning blir tatt imot. Som grafene viser, vil trolig en prisøkning føre med seg en negativ nettoeffekt på billettinntektene. Samtidig er det viktig å tenke på begrensningene en slik undersøkelse har.

4.3 Hvilke faktorer påvirker konsumentoverskuddet?

Vi ønsker å analysere hvilke faktorer som påvirker konsumentoverskuddet til regulære publikummere. Vi vil også få en indikasjon på omfanget til sammenhengene. Det legges et signifikansnivå på 95 % til grunn for analysen.

4.3.1 Avhengig variabel

Vi bruker konsumentoverskuddet som avhengig variabel. Variabelen er regnet ut ved å ta maksimal betalingsvillighet minus faktisk betalt billettpris. Vi tillater alle verdier som er innenfor en dobling av billettprisen. Resten utelates.

4.3.2 Uavhengige variabler

Billetttype er integrert i regresjonsmodellen i et sett av dummy-variabler. Dagsbillett, 2-dagersbillett og 6-dagersbillett er alle representert som variabler med verdiene 0 og 1. En-dagsbillett gjelder for konstanten i modellen.

Håndball-interesse måles med en variabel med verdier fra 1-10. Høye verdier symboliserer høy grad av interesse.

Inntekt-variabelen måler brutto årslønn kategorisert i 5 verdier fra 1-5. Høye verdier samsvarer med høy lønn. $1 \leq 100,000$ og $5 \geq 1,000,000$.

Neste variabel gir uttrykk om respondenten har betalt selv, eller ikke. 0 = betalt selv og 1 = betalt av andre.

Variabelen «utenfra regionen» viser til om respondenten kommer utenfra Trondheim og omegn (=1).

Tabell 7 Deskriptiv statistikk, uavhengige variabler

	Gjennomsnitt	Verdier	Std. avvik	Antall
Konsumentoverskudd	97.4188	skala	482.5296	340
Interesse	8.354	1-10	1.70659	340
Inntekt	3.3121	1-5	1.43541	340
Betalt av andre	0.208	0, 1	0.40651	340
Utenfra regionen	0.1823	0, 1	0.3867	340

Tabell (7) gir informasjon om gjennomsnittlig verdi, hvilke verdier som er mulig, standardavvik som et spredningsmål og antall respondenter.

4.3.3 Multivariat regresjonsanalyse

Tabell 8 Multivariat regresjonsanalyse

	B	Std. beta	T	p
Konstant(KO)	-421.399		-2.836	0.005
2-dagsbillett	42.827	0.044	0.811	0.418
6-dagsbillett	-321.951	-0.12	-2.243	0.026
Interesse	52.002	0.184	3.435	0.001
Inntekt	33.533	0.1	1.813	0.071
Betalt av andre	-185.135	-0.156	-2.816	0.005
Utenfra regionen	23.271	0.019	0.351	0.726

Antall	340
R ² / adj. R ²	0.099/0.083

Konstanten på -421.399 representerer KO i kr for en gitt person med dagsbillett, har interesse på 1, inntektskategori 1, betalt billetten selv og er fra Trondheimsregionen. Å ha en 6-dagersbillett i forhold til en 1-dags gir en reduksjon i KO på -321.951 kr. Dette tyder på at publikum med denne billett-typen ikke er like villig til en prisøkning, sammenliknet med de andre kategoriene.

Interesse og inntekt øker KO med henholdsvis 52.002 kr og 33.533 kr med en verdiøkning. Interesse betegnes som den variabelen som påvirker KO sterkest med en standardisert beta på 0.184. Inntektsvariabelen er ikke signifikant innenfor 95 % signifikansnivå, med en p-verdi på 7.1 %.

Om billetten ikke er betalt av respondenten reduseres KO med -185.135 kr. Variabelen som uttrykte om respondenten bodde utenfor regionen var ikke signifikant med en p-verdi på 72.6 %.

De uavhengige variablene forklarer samlet 9.9 % av variasjonen til KO. Justert forklaringsgrad er på 8.3 %.

4.3.4 Resultat

Analysen viser at interesse har den største påvirkningen på KO, i positiv forstand, mens «betalt av andre» gir et betydelig redusert KO for respondentene. Det er interessant at personer med 6-dagersbillett har et betydelig lavere KO per person, sammenlignet med de andre billetttypene.

4.3.5 Drøfting av funn

Det relativt lave KO hos personer med 6-dagersbillett kan tolkes i retning av at de føler at prisen er høy i forhold til verdien de får ut av den. Arrangøren bør være forsiktig med å øke prisen ytterligere, da de da kan risikere å få færre kjøpere. Det er færrest respondenter med 6-dagers og usikkerheten er derfor høyest her.

Det kunne tenkes på forhånd at arrangementet ville tiltrekke seg lokale publikummere uavhengig av håndballinteresse. Derfor var det interessant å analysere sammenhenger mellom interesse og KO. Med et gjennomsnitt på 8.4 av 10 viser analysen at publikummet var preget av høy håndballinteresse. Resultatet gir uttrykk for at interesse er en viktig faktor for hvor mye verdi publikum sitter igjen med. Dette kan brukes som et argument mot bruk av klubb-rabattene som ble gitt ut før mesterskapet. Det kan tenkes at personer i tilknytning håndball-klubber er over gjennomsnittlig interessert i sporten. Med en forutsetning om å maksimere KO kan det virke mot sin hensikt å gi disse personen billigere billetter.

Det er interessant at resultatet ikke viser en sammenheng mellom å være tilreisende og KO. Analysen ga ikke signifikante bevis på at dette stemmer. Dette er i strid med de prosentvise

forskjellene mellom pris og betalingsvillighet fra tidligere i analysen. En mulig forklaring er at spredningen i dataen er så stor at resultatet ikke blir signifikant.

4.4 Economic impact study - Analyse

På grunnlag av dataen estimeres størrelsen på tilførselen under mesterskapet.

4.4.1 Forutsetninger (EIS)

Som utledet i teoridelen er oppgaven systematisert slik at vi skiller mellom 6 grupper som gir økonomisk tilførsel til regionen. (T1, T2, V, D1, D2, F) Alle pengestrømmer som kommer utenfra den geografiske avgrensingen beregnes som tilførsel.

Forbrukskategorier

Vi har valgt oss syv hovedkategorier som har til hensikt å fange opp alt av forbruk som blir gjort under EM. Kategoriseringen gjør det også mulig å grovt kartlegge hvor i samfunnet tilførselen blir kanalisert.

Tabell 9 Forbruksgrenser (per dag, i kr)

Kategori	Maksgrenser
Overnatting	1500.0
Dagligvarer	1500.0
Andre varer	3000.0
Restaurant, kafe etc	2000.0
Lokal transport	1000.0
Øvrige tjenester	1000.0
Annet	1000.0

Overnatting

Første kategori omhandler alt av betalte overnattinger. Her har vi behandlet alt over 1500kr per natt per person som ekstremverdier, og ser derfor vekk fra disse.

Dagligvarer

Alle utgifter i tilknytning dagligvarer. Vi har lagt et tak på 1500 kr per dag. Det er mistanke om at det er personer som har tolket spørsmålet til å gjelde innkjøp til større gruppe, og det er derfor viktig å ikke tillate for store beløp.

Andre varer

Andre varer omfatter suvenirer, klær og andre goder som kjøpes i regionen. Vi godkjenner alle beløp innenfor 3000 kr per dag.

Restaurant, kafe og uteliv

Alt av mat og drikke som kjøpes på ulike utsalgssteder i tillegg til eventuelle inngangspenger. Maks grensen her er lagt på 2000 kr. I tillegg har vi inkludert en maks grense på 6000 kr på hele perioden.

Lokal transport

Lokal transport omtales som kollektiv transport, taxi og leiebil som er leid i byen. Taket her er 1000 kr per dag.

Øvrige tjenester

Disse tjenestene kan være for eksempel kino, museer og andre turistattraksjoner.

Annet

Har som formål å dekke over forbruk som ikke blir fanget opp av de andre kategoriene.

Maksgrensen her er satt til 1000 kr per dag.

4.4.2 Estimering av konsum-mønster

Vi estimerer et gjennomsnittlig daglig forbruk innenfor de ulike kategoriene.

Tabell 10 Forbruksmønster, Trøndelag (per dag, i kr)

Kategori	Antall	Gj. snitt	Std. avvik
Overnatting	93	316.2	
Dagligvarer	89	197.6	299.8
Andre varer	85	216.6	529.8
Restaurant, kafe etc.	92	492.5	471.3
Lokal transport	87	50.7	135.4
Øvrige tjenester	87	2.2	14.6
Annet	85	10.3	61.8
Sum		1286.2	

Tabellen ovenfor viser en tilreisende person sitt forbruk innenfor de gitte kategoriene per dag.

Antall respondenter som har besvart spørsmålene varierer fra 85 til 93. Vi kan se på standardavviket til flere kategorier at det er stort. Dette tyder på at det er store forskjeller innad i utvalget. Overnattingskategorien var ikke inkludert. Derfor må utgiften regnes ut eksplisitt.

Forbruk overnatting:

Tabell 11 Fordeling hotell/annet, Trøndelag

	Antall	Andel
Hotell	34	36.6%
Bor privat	22	23.7%
Dagstur	37	39.8%
Totalt	93	100.0%

Overnatting Trøndelag = Andel som overnatter på hotell * Gjennomsnittlig overnatting per dag

$$0.37 * 864.9 = 316.2 \text{ kr}$$

Tallene for tilreisende består av både personer fra andre fylker enn Trøndelag og personer fra utlandet. Samtlige poster unntatt «Annet» er høyere på tilreisende som gir oss en indikasjon på at tilreisende fra Trøndelag legger igjen betraktelig mindre penger enn denne gruppen. Dette får vi et bedre svar på når vi senere legger til flere faktorer i analysen.

Tabell 12 Forbruksmønster, Andre tilreisende (pr dag, i kr)

Kategori	Antall	Gj. snitt	Std. avvik
Overnatting	141	596.5	
Dagligvarer	135	161.3	217.3
Andre varer	133	387.4	681.7
Restaurant, kafe etc	126	916.4	604.0
Lokal transport	131	162.5	229.8
Øvrige tjenester	134	27.4	101.9
Annet	135	13.9	76.5
Sum		2265.5	

Forbruk overnatting:

Tabell 13 Fordeling hotel/ annet, andre tilreisende

	Antall	Andel
Hotell	90	63.8%
Bor privat	41	44.1%
Dagstur	9	6.4%
Hotell utenfor Trondheim	1	1.1%
Totalt	141	100%

Overnatting andre tilreisende = Andel som overnatter på hotell * Gjennomsnittlig overnatting per dag

$$0.64 * 934.4 = 596.5 \text{ kr}$$

Tabell 14 Forbruksmønster, VIP Norway (per dag, i kr)

Kategori	Antall	Gj. snitt	Std. avvik
Overnatting	28	555.5	574.2
Dagligvarer	28	100.0	224.8
Andre varer	27	285.1	613.7
Restaurant, kafe etc	24	476.7	585.2
Lokal transport	27	85.1	137.5
Øvrige tjenester	28	26.8	115.9
Annet	28	89.3	274.0
Sum		1618.5	

VIP er en gruppe som får mye av maten dekket gjennom billetten sin, noe som fører til at restaurant og cafe-forbruket er 476.7 kr. Sammenliknet med tilreisende ordinære publikummere er dette lavt. Andre tilreisende har et forbruk her på 916.4 kr. Gruppen har et relativt lavt forbruk på resterende kategorier.

Tabell 15 Forbruksmønster, delegater. (Per dag, i kr)

Kategori	Betalt selv			Betalt av andre		
	Antall	Gj. snitt	Std. avvik	Antall	Gj. snitt	Std. avvik
Overnatting	60	197.9	461.2	43	680.0	657.6
Dagligvarer	64	100.2	182.7	57	23.7	133.7
Andre varer	64	265.9	480.4	55	16.4	78.8
Restaurant, kafe etc	63	83.8	191.7	54	140.7	358.5
Lokal transport	63	49.9	149.9	49	89.4	250.8
Øvrige tjenester	63	7.3	50.6	54	10.9	46.7
Annet	63	33.3	169.4	56	0.0	0.0
Sum		738.4			961.1	

Forbruksmønsteret til delegater er delt opp i 2 hovedgrupper. Ut ifra tallene går det igjen at mye av overnatting og restaurant-utgiftene blir dekket, med henholdsvis 680 kr og 140 kr.

Dagligvarer og andre varer blir i større betalt selv med et snitt på 100.2 og 265.9 kr. Dataen er preget av en høy grad av spredning. Dette kommer av at det er mye verdier i ytterpunktene som med andre ord kan bety at personer bruker enten veldig lite eller veldig mye på hver kategori.

Tabell 16 Forbruksmønster, frivillige (per dag, I kr)

Kategori	Antall	Gj. snitt	Std. avvik
Overnatting	69	97.1	210.7
Dagligvarer	69	86.4	243.4
Andre varer	69	123.8	214.6
Restaurant, kafe etc	69	97.0	155.2
Lokal transport	69	61.5	82.1
Øvrige tjenester	69	5.3	31.4
Annet	69	53.6	97.9
Sum		524.6	

Det var 69 tilreisende frivillige som svarte på undersøkelsen. Forbrukene kan sies å være relativt lave. Mye av overnatting og mat er dekket av arrangøren.

4.4.3 Totalt forbruk innad i gruppene

Neste steg er å gange opp det daglige forbruket til å gjelde hele perioden respondenten er i Trondheim. Dette gjøres ved å multiplisere forbruksvariablene med en variabel som viser hvor mange dager respondenten var i byen. Dagstur er kodet som 1 i denne utregningen. Deretter finner vi gjennomsnittlig verdier ut ifra de 6 nye variablene.

Tabell 17 Totalt gjennomsnittlig forbruk (pr. person, i kr)

Kategori	T1	T2	V	D1	D2	F
Overnatting	664.0	1832.7	1732.1	916.3	3153.9	453.6
Dagligvarer	439.0	555.0	333.9	642.5	153.6	252.2
Andre varer	226.4	893.1	855.4	1647.3	72.7	490.3
Restaurant, kafe etc	829.3	2170.2	1590.8	433.2	532.7	397.0
Lokal transport	106.9	501.9	275.4	184.7	477.9	267.8
Øvrige tjenester	4.1	81.2	101.8	50.5	46.0	43.5
Annet	8.2	43.7	160.7	112.7	0.0	238.0
Sum (β_i)	2277.9	6077.8	5050.3	3987.0	4436.8	2142.4

De ulike gruppene oppholder seg i regionen i ulike tidsrom. Publikum fra Trøndelag har et totalt forbruk på 664 kr, mens andre tilreisende har 1832.7 kr. Ut ifra at daglige gjennomsnitt var på 316.2 kr og 595.6 kr tyder det på at andre tilreisende oppholder seg i regionen lenger. Delegater og frivillige er grupper som kan ha arbeidsoppgaver som strekker seg utover hele mesterskapet. De totale verdiene for disse gruppene er også preget av dette, med store forskjeller fra daglig til totalt gjennomsnitt.

Tabell 18 Geografisk fordeling i gruppene

	Publikum	VIP	Delegater	Frivillige
Trondheim	0.64	0.61	0.13	0.72
Trøndelag	0.15	0.08	0.04	0.15
Andre tilreisende	0.21	0.31	0.83	0.13
Totalt	1.00	1.00	1.00	1.00

Fordelingen til ordinært publikum er basert på virkelige opplysninger fra Spektrum og det er også på dette grunnlaget vi har vektet datasettet. Fordelingene i de andre gruppene er basert på geografisk fordelingen i dataen vi har samlet inn for gruppene. For eksempel var 83 % av alle delegater vi intervjuet andre tilreisende.

Tabell 19 Virkelige størrelser basert på geografisk fordeling

	Publikum	VIP	Delegater	Frivillige
Trondheim	17,151	1,652	155	303
Trøndelag	4,052	222	42	61
Andre tilreisende	5,797	826	983	56
Totalt	27,000	2,700	1,080	420

Vi har fått informasjon fra Spektrum og Comment (arrangør av VIP Norway) at det var omtrent 27,000 ordinære tilskuere, 2,700 VIP-tilskuere og 420 frivillige under mesterskapet. I tabellen ovenfor har vi ganget disse tallene med fordelingen fra forrige tabell for å finne de reelle størrelsene på gruppene

Korrigerings for casuals og extentioners

Tabell 20 Informasjonsgrunnlag for korrigerings

Andel uavhengige av EM	4%
Andel uavhengige som fikk oppholdet forlenget	67%
Gjennomsnittlig antall dager forlenget	2.40
Gjennomsnittlig antall dager i Trondheim, andre tilreisende	3.44

4 % av andre tilreisende ga informasjon om at de hadde vært i Trondheim uavhengig av mesterskapet. 67 % av disse opplyste om at oppholdet ble forlenget som en følge av

mesterskapet. En person som har fått oppholdet forlenget kan regnes som $(2.40/3.44 = 0.698)$ av en ordinær person. Vi bruker denne verdien for å nedjustere andelen forlengere. $(0.67 * 0.698 = 0.467)$. Verdien vi skal korrigere for blir $(4\% * 0.467 = 1.87\%)$

Vi ønsker å se bort fra denne prosenten ved utregning av tilførsel. Det nye tallet for andre tilreisende blir da $5,797 * (1 - 0.0187) = \mathbf{5,689}$

Tilførsel av billettinntekter

Tabell 21 Billettinformasjon

Gjen. snitt pris enkeltbillett	381.4 kr
Antall solgte enkeltbilletter	78,698.00
Totale Billettinntekter	30,015,417.2 kr
Enkeltilletter solgt Trondheim	0.57
Enkeltilletter solgt utenfor Trondheim	0.43
Total tilførsel	12,906,629.4 kr

Spektrum har gitt oss informasjon gjennomsnittlig pris per solgte enkeltbillett, antall enkeltbilletter solgt og geografisk fordeling på solgte billetter.

For å finne tilførselen av penger innenfor billettinntekten ganger vi totale billettinntekter med enkeltbilletter solgt utenfor Trondheim og omegn (%)

Økonomien tilføres midler verdt **12,906,629.4 kr**

4.4.4 Totalt forbruk

Multipliserer populasjonsstørrelsene (tabell 19) med gjennomsnittlig forbruk under mesterskapet (tabell 17) ($\beta_i * N_i$) Dette gir oss et estimat på den direkte tilførselen innad i gruppene. Formelen for den totale tilførselen er gitt ved:

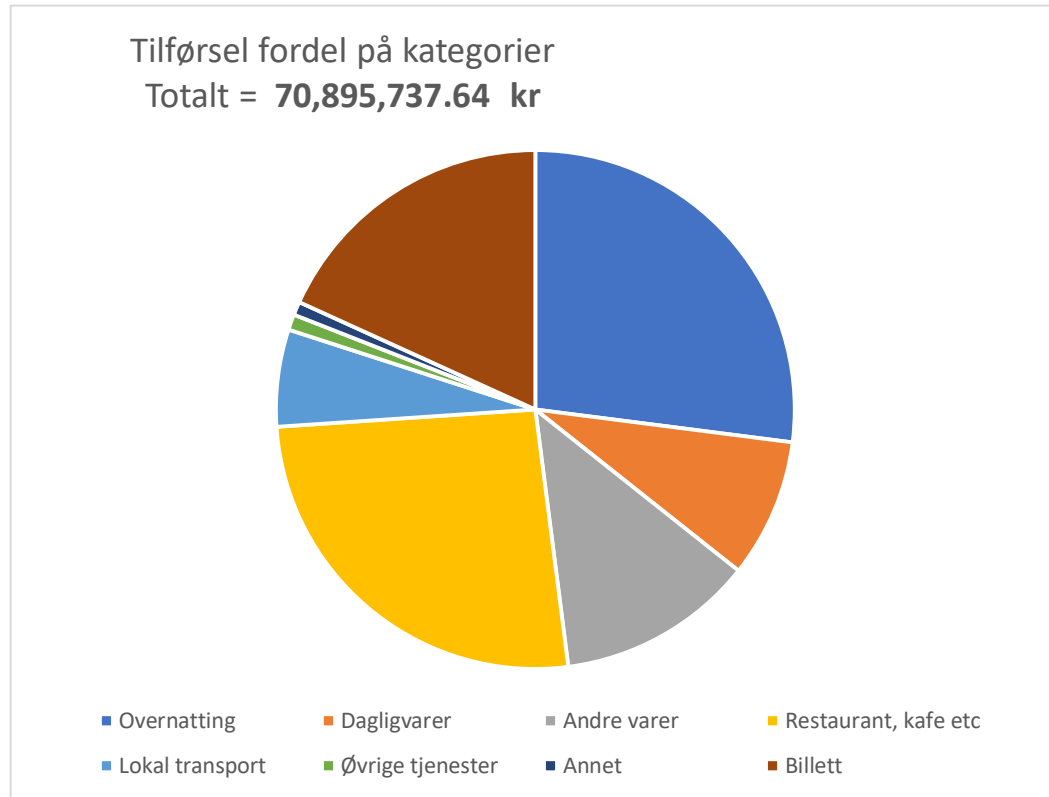
(T1, T2, V, D1, D2, F)

$$Y = \sum_{i=T1}^F N_i * \beta_i$$

Tabell 22 Totalt forbruk

Kategori	T1	T2	V	D1	D1	F	Totalt
Overnatting	2,690,435	10,426,230	1,815,693	939,614	3,234,252	53,008	19,159,232
Dagligvarer	1,778,766	3,157,526	350,036	658,860	157,484	29,473	6,132,145
Andre varer	917,296	5,080,821	896,707	1,689,224	74,580	57,293	8,715,920
Restaurant, kafe etc	3,360,190	12,346,431	1,667,568	444,210	546,263	46,390	18,411,052
Lokal transport	433,149	2,855,544	288,692	189,377	490,047	31,295	4,288,104
Øvrige tjenester	16,426	461,773	106,695	51,762	47,211	5,081	688,948
Annet	33,303	248,559	168,466	115,570	-	27,808	593,706
Sum	9,229,565	34,576,885	5,293,857	4,088,617	4,549,836	250,347	57,989,108

Her presenteres verdiene av å multiplisere sammen antallet personer innad i hver gruppe med gjennomsnittlig forbruk under mesterskapet for hver gruppe. For eksempel tilfører tilreisende fra Trøndelag en sum på **1,778,766 kr** i kategorien «dagligvarer». Vi har også summert opp totale beløp innad i kategoriene i ytterste kolonne til venstre. Nederste rad gir oss totalt forbruk innad i gruppen. Den totale tilførselen (billettinntekter ekskludert) er **57,989,108 kr**



Figur 8 Tilførsel fordelt på kategorier

I sektordiagrammet (figur 8) ser vi den totale tilførselen under mesterskapet fordelt på de ulike forbrukskategoriene.

4.4.5 Resultat av (EIS)

Andre tilreisende (T2) står for den klart største tilførselen til regionen. Selv om gruppen bare er $(5689-4052)/4052 = 40.4\%$ større enn tilreisende fra Trøndelag (T1), er den totale tilførselen hele $((34,576,885-9,229,565)/9,229,565 = 274.6\%)$. Det forteller oss at publikum fra (T2) er betraktelig mer lønnsomme enn (T1). Ser vi på hvor pengene kanaliseres i samfunnet kan vi trekke frem at restaurant og hotellnæringen står for **53 %** av tilførselen. Samlet sett var det **11,931** personer (alle grupper) som var med å tilføre penger til regionen penger under mesterskapet. Deler vi **70,895,738 kr** på antallet finner vi ut at hver person la igjen et gjennomsnitt på **5,942 kr**.

4.4.6 Drøfting av funnene i (EIS)

Regionen ble tilført 70,895,737.64 kr under mesterskapet, men hvordan skal vi ta stilling til dette beløpet?

Ifølge analysene brukte tilreisende 19,159,232 kr på overnatting. Vi har undersøkt om dette beløpet kan støttes med statistikk av hotellovernattinger i perioden. Statistikknet rapporterer om en økning på 41 602 (15.3 % opp) hotelledøgn i perioden Januar-Februar i Trøndelag sammenliknet med samme periode i 2019. (Statistikknet, 2020, Tabell 1) Det vil naturligvis være andre faktorer som påvirket denne økningen, men det er likevel grunn til å tro at det er en logisk kobling mellom den økte aktiviteten og overnattinger under mesterskapet.

Det er naturlig å vurdere om vi har benyttet oss av fornuftige forutsetningen og forenklinger i analysen. For å kvitte oss med ekstremverdier brukte vi maksimumsgrenser i forbrukskategoriene. Dataen vi analyserte bar preg av stor spredning, noe som vises med de høye standardavvikene. Ved en mildere behandling av ekstremverdier ville spredningen vært enda mer radikal, og dette hadde gitt tydelig urealistiske gjennomsnitt. På en annen side er det fordelaktig å benytte seg av data som ikke er behandlet for mye. Denne problemstillingen kunne vært unngått ved en mer presis gjennomføring av spørreundersøkelsen.

Hvor realistisk er estimatene? Vi har benyttet oss av reelle tall på populasjonsstørrelsene for de ulike gruppene. Geografisk fordeling innad i gruppene er bare reell for ordinære tilskuere (T1 og T2), resten av gruppene er fordelt på bakgrunn av innsamlet data. Dette svekker den ytre validiteten noe. (T2) Utlendinger kunne også vektet med hensyn på fordeling på nasjoner. All forbruksestimater er beregnet på grunnlag av innsamlet data. Dette kan betegnes som den mest usikre delen av analysen. Dette er på grunn av kompleksiteten av å måle korrekte forbruksmønstre, noe som vil bli diskutert neste kapittel.

5.0 Diskusjon

5.1 Undersøkelsens utvalg og generalisering

Generalisering handler om å gjøre våre funn i utvalget gjeldende for hele populasjonen. Det er derfor viktig å være klar over følgende regel når det gjelder statistisk generalisering:

«Vi kan aldri generalisere til noe annet enn den populasjonen utvalget er trukket fra, og til det tidspunktet undersøkelsen er foretatt på.» (Jacobsen, 2018, s. 376)

Generaliseringen er derfor avgrenset i tid og rom. Resultatene fra vår undersøkelse kan derfor ikke generaliseres til andre lignende arrangementer. Dette er på grunn av at deltakerne på andre arrangementer kan ha andre holdninger eller preferanser, generaliseringen har derfor et begrenset gyldighetsområde. Skal man generalisere våre funn er det derfor krav om begrepsmessig gyldighet, pålitelige data og kausal gyldighet (Jacobsen, 2018, s. 351).

Det er noe usikkerhet knyttet til undersøkelsens endelige utvalg. Deltakelsen i undersøkelsen var først og fremst frivillig, noe som kan føre til at utvalget kan inneha systematisk skjevhet, for eksempel ved at det er den samme gruppen som har sagt nei til å delta. Grunnen til at folk ikke ønsker å delta kan være mange, blant annet kan interesse for håndball være en avgjørende faktor. Interesse og kunnskapsnivå rundt byggingen av den nye hallen kan også tenkes å være en faktor som spiller inn på folks interesse for undersøkelsen.

5.2 Begrensninger ved innsamling av data

Vi var klar over flere utfordringer før spørreundersøkelsen fant sted. Utfordringer ble også til underveis hvor vi måtte forsøke å løse disse på en mest mulig effektiv måte.

Folk som ble spurt om å delta i undersøkelsen var i stor grad samarbeidsvillige og viste interesse for vårt arbeid. På andre siden av skalaen var det folk som takket nei til å delta før vi hadde anledning til å presentere oss. For å forhindre dette presiserte intervjuerne at undersøkelsen ikke tok mer enn ett til to minutter.

Som presentert tidligere var det også vanskelig å få svar ved travle tidspunkt. Kamppausene, og da spesielt i Norges kamper opplevdes som svært kaotiske. Det ble derfor ikke spurt aktivt i disse pausene etter våre erfaringer fra de første kampdagene.

Vi opplevde noen gjengangere av svakheter og utfordringer i intervjuprosessen. Det var en del respondenter i grupper da det ble intervjuet, noe som kan ha ført til at respondentens svar har blitt påvirket av familie, venner eller kollegaer. Dette opplevdes også som en utfordring ved forbruksspørsmålet som ble stilt til respondenter fra utlandet og resten av Norge. Et eksempel på dette kan være en foresatt som har hatt med seg familie eller venner på restaurant kvelden før, hvor det kan være vanskelig for vedkommende å dele beløpet eksakt opp i hva han selv brukte. Vi løste utfordringen ved at de kunne oppgi et totalbeløp i stedet for å dele det inn i de ulike kategoriene.

I forbindelse med forbruksspørsmålet som tok utgangspunkt i forrige dags forbruk var det flere som ikke husket tilbake i tid. Problemer med retrospektive spørsmål kan føre til erindringsforskyvninger og etterrasjonalisering (Jacobsen, 2018, s. 272). Dette opplevdes som vanskelig for flere respondenter som tydelig ikke hadde tenkt over sitt eget forbruk, slik at svarene vi fikk kan inneholde noen forenklinger fra respondentens side.

Det ble utarbeidet skjema på engelsk og tysk for å møte eventuelle språkutfordringer på best mulig måte. Hensikten med oversettelsen var å unngå kommunikasjonsproblemer mellom intervjuer og intervjuobjekt. Videre var utfordringene knyttet til utlendingene vedrørende valuta, da beløpene kunne være i flere typer valuta. En feil her kan føre til betydelige feil i våre analyser.

Spørsmålet om betalingsvillighet for identisk billett ble også en gjenganger. Flere av respondentene uttrykte skepsis til spørsmålet hvor flere kom med motsvar som «dette vil gjøre billettprisene høyere på andre arrangement.» Vi fikk derfor inntrykk av at flere vegret seg for å si et høyere beløp, til tross for at deres interesse for håndball var i øvre del av skalaen. Med andre ord er det fare for at svarene er strategisk gitt av respondentene. Dette kan gjøre at innsamlet data kan inneholde for lave verdier, noe som svekker undersøkelsens validitet. Et konkret eksempel kan være en spesielt interessert respondent (nivå 9 og 10 på interesseskala) som gjerne kunne ha betalt opp mot 3000 for en todagersbillett. Faktisk pris var 1690. I denne respondentens tilfelle var svaret det samme som betalt beløp. Dette problematiserer undersøkelsen, men det må kommenteres at intervjuerne oppfordret deltakerne til å oppgi et realistisk svar.

Utfordringer i tilknytning til frafall av svar opplevdes i forbindelse med noen spørsmål. Å trekke fram spørsmålet om bruttoinntekt vil belyse problemet godt, da flere av intervjuobjektene tydelig syntes at dette var vanskelig å svare på. Om respondenten ikke ønsket å oppgi et eksakt svar,

forsøkte vi å ufarliggjøre spørsmålet ved at respondenten fikk mulighet til å velge et rangordnet alternativ med et intervall på 200 000.

6.0 Konklusjon

Vi har i denne oppgaven fokusert å kartlegge økonomiske konsekvenser av håndball-EM i Trondheim, samt å undersøke publikums verdsettelse av arrangementet. Forskningen er basert på kvantitative data som ble samlet inn under mesterskapet. Spektrum har i tillegg supplert oss med nødvendig tilleggsinformasjon.

«I hvilken grad fører håndball-EM til økonomisk tilførsel for Trondheimsregionen?»

Resultatene av analysen viser til at økonomien ble tilført 70,895,738 kr under mesterskapet. Majoriteten av midlene kommer fra ordinære tilskuere som kommer fra andre deler av landet og utlandet. Restaurant og hotellnæringen får den største tilførselen av nye penger med 53 %.

«Hvor stor verdi har mesterskapet for innbyggere fra Trondheim og omegn?»

Akkumulert konsementoverskudd for publikum fra Trondheim og omegn kom på 1,356,372 kr. For å undersøke om det var grunnlag for å fange opp mer av overskuddet laget vi en kumulativ oversikt over KO fordelt på bosted, billettype og billettkategori. Resultatene viser til at det er størst grunnlag for å øke prisene på 2-dagersbillettene, men potensialet er begrenset fordi majoriteten av tilskuerne har et KO tilnærmet 0. En prisøkning vil trolig føre med seg en negativ nettoeffekt på billettinntektene.

Referanseliste

- Andresen, Martin Eckhoff. (2014, 9. juni). betalingsvillighet. I Store norske leksikon. Hentet 5. mars 2020 fra <https://snl.no/betalingsvillighet>
- Andresen, Martin Eckhoff. (2014). Illustrasjon av konsument- og produsentoverskudd. Hentet fra <https://snl.no/konsumentoverskudd>
- Crompton, John L., Lee, Seokho, Shuster, Thomas J.(1995) Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplicatione
- Crompton, John L. (2001) A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest Example
- Crompton, J. L. (2010). Measuring the economic impact of park and recreation services.
- Dahl, Anne-Marit. (2020, 15. januar) EM-suksess i Trondheim: Så mye har de omsatt for i mat og drikke. *Aftenposten*. Hentet 9. Mars fra <https://www.aftenposten.no/sport/i/4qgd0E/em-suksess-i-trondheim-saa-mye-har-de-omsatt-for-i-mat-og-drikke>
- Gill, Henrik (2020, 15. januar) Håndballguttas EM-suksess gir håndballjentene billettboost. *Aftenposten*. Hentet 9. Mars 2020 fra https://www.aftenposten.no/sport/i/naJaQQ/haandballguttas-em-suksess-gir-haandballjentene-billettboost?spid_rel=2
- Gripsrud, Geir (2008, nr 2 (magma)). OL og markedsføring av land. Hentet fra <https://www.magma.no/ol-og-markedsfoering-av-land>
- Grønmo, Sigmund. (2020, 10. januar). kvalitativ metode. I Store norske leksikon. Hentet 13. februar 2020 fra https://snl.no/kvalitativ_metode
- Kvam, Lars (2020, 8. januar) Håndball-EM: Kampene i Trondheim dag for dag. Hentet 9. mars 2020 fra <https://www.handball.no/nyheter/2019/06/handball-em-menn-2020/>
- Norges Bank. (21.04.2020 16:00). Valutakurser. Hentet fra <https://www.norges-bank.no/tema/Statistikk/valutakurser/?tab=currency&id=EUR>

- Preuss, Holger (2005, September) The economic impact of visitors at major multi-sport events
- Solberg, H.A., Becker, D., Denstadli, J.M., Heldal, F., Knardal, P.S., Thøring, T.A. (2018) Sykkel-VM 2017: Fra folkefest til økonomisk bakrus.
https://www.researchgate.net/profile/Harry_Solberg/publication/330281088_Sykkel-VM_2017_Fra_folkefest_til_ekonomisk_bakrus/links/5c371bea458515a4c71a8222/Sykel-VM-2017-Fra-folkefest-til-okonomisk-bakrus.pdf
- Statistikknet. (2020, Mars). Samlede kommersielle overnattinger *) etter marked. Valgt region. Januar-februar 2020 og 2019. Hentet fra
https://www.statistikknett.no/reiseliv/status/Din_Region/DinRegion_oversyn.aspx
- Stoltz, Gerhard. (2014, 25. november). Konsumentoverskudd. I Store norske leksikon. Hentet 18. april 2020 fra <https://snl.no/konsumentoverskudd>
- Trondheim 2020. (2020, 9. mars). Trondheim med tidenes største EM. Hentet fra <https://trondheim2020.no/aktuelt/trondheim-med-tidenes-stoerste-em>
- Trondheim kommune. (2012, 21. desember). Saksframlegg [Strategi for å tiltrekke store idrettsarrangement til Trondheim og Sør-Trøndelag]. Docplayer (<https://www.trondheim.kommune.no/globalassets/10-bilder-og-filer/11-politikk-og-planer/planer/regionale-planer/strategi-for-a-tiltrekke-store-idrettsarrangement-til-trondheim-og-sor-trondelag-1.pdf>). Trondheim kommune, Trondheim.
- Veland, Bernhard. (2019, 2. oktober). Qatar er en lilleputtnasjon i idretten. Likevel arrangerer landet store mesterskap. Her er grunnene. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/sport/i/0n0Owo/qatar-er-en-lilleputtnasjon-i-idretten-likevel-arrangerer-landet-store-mesterskap-her-er-grunnene>

Vedlegg

Spørreskjema, VIP

VIP NORWAY (PERSONER SOM OPPHOLDER SEG I HALL F)

NAVN PÅ INTERVJUER: _____

DATO: ____ januar

TID: ____ : ____

1. Respondentens kjønn (kryss av): ¹ Mann ² Kvinne

2. Hvor bor du?

¹ Trondheim

² Omegnskommuner til Trondheim (Melhus, Skaun, Malvik)

³ Andre kommuner i Trøndelag

⁴ Resten av Norge

⁵ Utlandet

Hvis bosatt i Trondheim eller omegnskommunene til Trondheim avsluttes intervjuet. Hvis bosatt i andre kommuner i Trøndelag, resten av Norge eller utlandet, stilles spørsmålene under.

3. Hvor lenge oppholder du deg i Trondheim?

Ankomst og avreisedato? ____ januar – ____ januar

Er på dagstur (sett kryss):

4. Nå vil jeg lese opp noen forbrukskategorier. Hvor mye vil du anta at du har brukt på følgende ting under oppholdet i Trondheim de siste 24 timene? Jeg vil at du skal oppgi hva du har betalt av egen lomme, ikke hva du eventuelt har fått dekket av samarbeidspartnere eller andre. Hvis de kom samme dag spør om hvor mye de har brukt hittil i dag pluss et anslag på hvor mye de kommer til å bruke senere på kvelden. Vi ønsker her å få et anslag på døgnforbruket (24 t) i Trondheim.

- | | |
|---|-------------|
| a. Overnatting | Beløp _____ |
| b. Dagligvarer | Beløp _____ |
| c. Andre varer (eks. klær, suvenirer etc.) | Beløp _____ |
| d. Restaurant, kafe, uteliv | Beløp _____ |
| e. Lokal transport (buss, taxi, leiebil) | Beløp _____ |
| f. Øvrige tjenester (eks kino, museer etc.) | Beløp _____ |
| g. Annet | Beløp _____ |

5. På en skala fra 1 til 10, hvor interessert er du i håndball?

Lite interessert Veldig interessert
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Hva er din alder? Noter alder: _____

TUSEN TAKK FOR HJELPEN!

Spørreskjema, delegater

DELEGATER, JOURNALISTER OG ANDRE PERSONER SOM ER PÅ ARBEIDSOPPDRAK

NAVN PÅ INTERVJUER: _____

DATO: ____ januar TID: ____ : ____

7. Respondentens kjønn (kryss av): ¹ Mann ² Kvinne

8. Hvilken nasjon er du fra?

¹ Norge ² Bosnia-Hercegovina ³ Tyskland ⁴ Frankrike ⁵ Portugal ⁶ Spania
⁷ Latvia ⁸ Nederland ⁹ Sverige ¹⁰ Andre (spesifiser): _____

Hvis bosatt i Norge stilles spørsmål 3:

9. Hvor bor du?

¹ Trondheim
² Omegnskommuner til Trondheim (Melhus, Skaun, Malvik)
³ Andre kommuner i Trøndelag
⁴ Resten av Norge

10. Hvor lenge oppholder du deg i Trondheim?

Ankomst og avreisedato? ____ januar – ____ januar

Er på dagstur (sett kryss):

11. Hva er din rolle under mesterskapet?

¹ Delegat fra nasjonalt håndballforbund
² Delegat fra det europeiske/internasjonale håndballforbundet (EHF/IHF)
³ Dommer
⁴ Journalist, media
⁵ Annet (spesifiser): _____

12. I går, hvor mye vil du anta at du brukte på følgende ting under oppholdet i Trondheim? Hvis de kom samme dag spør om hvor mye de har brukt hittil i dag pluss et anslag på hvor mye de kommer til å bruke senere på kvelden. Vi ønsker her å få et anslag på døgnforbruket (24 t) i Trondheim.

	Betalt selv	Betalt av andre (arbeidsgiver, forbund etc.)
Overnatting		
Dagligvarer		
Andre varer (eks. klær, suvenirer etc.)		
Restaurant, kafe, uteliv		
Lokal transport (buss, taxi, leiebil)		
Øvrige tjenester (eks. kino, museer etc.)		
Lokal transport		
Annet		

Beløpene er oppgitt i følgende valuta: NOK EUR Annen valuta (spesifiser): _____

13. Hva er din alder? Noter alder: _____

TUSEN TAKK FOR HJELPEN!

Spørreskjema, regulære publikum

REGULÆRE PUBLIKUMMERE

NAVN PÅ INTERVJUER: _____
 _____ :

DATO: ____ januar TID:

14. Respondentens kjønn (kryss av): ¹ Mann ² Kvinne

15. Hvilken nasjon er du fra?

¹ Norge ² Bosnia-Hercegovina ³ Tyskland ⁴ Frankrike ⁵ Portugal ⁶ Spania
⁷ Latvia ⁸ Nederland ⁹ Sverige ¹⁰ Andre (spesifiser): _____

Spørsmål 3 stilles bare til bosatte i Norge:

16. Hvor bor du?

¹ Trondheim
² Omegnskommuner til Trondheim (Malvik, Melhus, Skaun)
³ Andre kommuner i Trøndelag
⁴ Resten av Norge

Hvis bosatt i andre kommuner i Trøndelag, resten av Norge eller i utlandet, stilles spørsmål 4, 5 (og 6):

17. Hvor lenge oppholder du deg i Trondheim?

Ankomst og avreisedato? _____ januar – _____ januar

Er på dagstur (sett kryss):

18. Har du betalt alle utgifter i forbindelse med oppholdet ditt i Trondheim selv, eller er hele eller deler av oppholdet betalt av andre?

¹ Betalt alt selv ² Hele eller deler av oppholdet er betalt av andre

Hvis hele eller deler av oppholdet er betalt av andre, stilles spørsmål 6:

19. Har personen/bedriften som har betalt deler av oppholdet tilhørighet i Trondheim eller Trøndelag?

¹ Ja, i Trondheim, Malvik, Melhus, Skaun
² Ja, i en annen kommune i Trøndelag
³ Nei

Spørsmål 7 og 8 stilles til alle:

20. Hvilke dager vil du se kamper i Trondheim Spektrum? Sett kryss for dager og kamper

	Tor. 9/1	Fre. 10/1	Lør. 11/1	Søn. 12/1	Man. 13/1	Tir. 14/1
Kamp 1						
Kamp 2						

21. Ser du kampene i dag alene eller sammen med andre? Flere svar mulig

¹ Alene ² Med venner ³ Med familie ⁴ Med kolleger ⁵ Med forretningsforbindelser
⁶ Andre

Spørsmål 9 stilles til utlendinger:

22. Har du kjøpt denne reisen som en pakkereise fra en og samme leverandør? Det vil si en pakke der minst to av følgende elementer inngår; billetter, transport, overnatting, måltider, aktiviteter.

¹ Ja ² Nei ³ Vet ikke (behandles som nei)

- Bosatte i Trøndelag svarer på spørsmålene på **side 2**.
- Bosatte i resten av Norge samt utlendinger som ikke er på pakkereise, svarer på spørsmålene på **side 3**.
- Utlendinger som er på pakkereiser svarer på spørsmålene på **side 4**.

BOSATTE I TRØNDELAG

Spørsmål 10, 11 og 12 stilles til de som bor i andre kommuner i Trøndelag enn Trondheim, Malvik Melhus og Skaun (dvs. alternativ 3 i spørsmål 3):

23. Omtrent hvor mye vil du bruke på overnatting i Trondheim under mesterskapet?

Beløp: _____ ¹ Bor privat (gratis) ² Bor på hotell utenfor Trondheim ³ Er på dagstur

24. Har du betalt overnattingen selv eller er den betalt av andre?

¹ Betalt selv ² Betalt av andre

25. I går, hvor mye vil du anta at du brukte på følgende ting under oppholdet i Trondheim? Hvis de kom samme dag/er på dagstur, spør om hvor mye de har brukt hittil i dag pluss et anslag på hvor mye de kommer til å bruke senere på kvelden. Vi ønsker her å få et anslag på døgnforbruket (24 t) i Trondheim.

- | | |
|---|-------------|
| h. Dagligvarer | Beløp _____ |
| i. Andre varer (eks. klær, suvenirer etc.) | Beløp _____ |
| j. Restaurant, kafe, uteliv | Beløp _____ |
| k. Lokal transport (buss, taxi, leiebil) | Beløp _____ |
| l. Øvrige tjenester (eks kino, museer etc.) | Beløp _____ |
| m. Annet | Beløp _____ |

Spørsmål 13-19 stilles til alle som bor i Trøndelag:

26. Hvilken billett-type har du?

¹ 6-dagers billett ² 2-dagers billett ³ Gruppebillett gruppe C ⁴ Dagsbillett
⁵ Familiebillett ⁶ Klubbillett ⁷ Vet ikke

27. Hva kostet billetten? (Hvis klubb-/familiebillett ønsker vi å vite hva vedkommende har betalt for sin billett)

Beløp: _____

Hvis vet ikke, vis salkart og kryss av for hvor man sitter: ¹ Kategori 1 (rosa) ² Kategori 2 (gul) ³ Kategori 3 (blå)

28. Har du betalt billetten selv eller er den betalt av andre?

¹ Betalt selv ² Betalt av andre

29. Hva er det maksimale beløpet du ville vært villig til å betale for denne billetten?

Beløp: _____

30. På en skala fra 1 til 10, hvor interessert er du i håndball?

Lite interessert Veldig interessert
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

31. Hva er din alder? Noter alder: _____

32. Omtrent hvor stor var bruttoinntekten din siste år? Hvis man ikke ønsker å oppgi beløp, forsøk med intervall

Beløp (NOK): _____

¹ under 200' ² 200'-399' ³ 400'-599' ⁴ 600-799' ⁵ 800-999' ⁶ 1 mill. og over

TUSEN TAKK FOR HJELPEN!

TILREISENDE FRA ANDRE DELER AV LANDET OG UTLENDINGER SOM IKKE ER PÅ PAKKEREISE**33. Omtrent hvor mye vil du bruke på overnatting i Trondheim under mesterskapet?**Beløp: _____ Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____¹ Bor privat (gratis) ² Bor på hotell utenfor Trondheim ³ Er på dagstur**34. Har du betalt overnattingen selv eller er den betalt av andre?** ¹ Betalt selv ² Betalt av andre**35. I går, hvor mye vil du anta at du brukte på følgende ting under oppholdet i Trondheim?** Hvis de kom samme dag spør om hvor mye de har brukt hittil i dag pluss et anslag på hvor mye de kommer til å bruke senere på kvelden. Vi ønsker her å få et anslag på døgnforbruket (24 t) i Trondheim.

- | | |
|---|-------------|
| a) Dagligvarer | Beløp _____ |
| b) Andre varer (eks. klær, suvenirer etc.) | Beløp _____ |
| c) Restaurant, kafe, uteliv | Beløp _____ |
| d) Lokal transport (buss, taxi, leiebil) | Beløp _____ |
| e) Øvrige tjenester (eks kino, museer etc.) | Beløp _____ |
| f) Annet | Beløp _____ |

Beløpene er oppgitt i følgende valuta: ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____**36. Er EM i håndball årsaken til at du er i Trondheim nå?** ¹ Ja ² Nei

Hvis ja i spørsmål 23, gå til spørsmål 26. Hvis nei stilles spørsmål 24 (og 25):

37. Er oppholdet ditt i Trondheim lengre på grunn av mesterskapet?¹ Ja ² Nei

Hvis ja i spørsmål 24 stilles spørsmål 25:

38. Hvor mange ekstra dager er du i Trondheim på grunn av mesterskapet? Antall dager: _____**39. Hvilken billett-type har du?**

¹ <input type="checkbox"/> 6-dagers billett	² <input type="checkbox"/> 2-dagers billett	³ <input type="checkbox"/> Gruppebillett gruppe C	⁴ <input type="checkbox"/> Dagsbillett
⁵ <input type="checkbox"/> Familiebillet	⁶ <input type="checkbox"/> Klubbillett	⁷ <input type="checkbox"/> Vet ikke	

40. Hva kostet billetten? (Hvis klubb-/familiebillet ønsker vi å vite hva vedkommende har betalt for sin billett)Beløp: _____ Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____Hvis vet ikke, vis salkart og kryss av for hvor man sitter: ¹ Kategori 1 (rosa) ² Kategori 2 (gul) ³ Kategori 3 (blå)**41. Har du betalt billetten selv eller er den betalt av andre?** ¹ Betalt selv ² Betalt av andre**42. Hva er det maksimale beløpet du ville vært villig til å betale for denne billetten?**Beløp: _____ Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____

43. På en skala fra 1 til 10, hvor interessert er du i håndball?

Lite interessert Veldig interessert
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

44. Hva er din alder? Noter alder: _____**45. Omtrent hvor stor var bruttoinntekten din siste år?** Hvis man ikke ønsker å oppgi beløp, forsøk med intervall

Beløp: _____ ¹ under 200' ² 200'-399' ³ 400'-599' ⁴ 600-799' ⁵ 800-999' ⁶ 1 mill. +

Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____ **TUSEN TAKK FOR HJELPEN!**

UTLENDINGER SOM ER PÅ PAKKEREISE

46. Hvor mye har du betalt for pakkereisen?

Beløp: _____ Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____

47. Hva er inkludert i pakkereisen? Gå gjennom disse og kryss av

- Billetter til kampene
- Transport til og fra Trondheim
- Lokal transport under oppholdet
- Overnatting under oppholdet
- Mat under oppholdet (to eller flere måltider per dag)
- Annet

Hvis overnatting er inkludert i pakkereisen, stilles spørsmål 35a og 35b:

35a. Hvilket hotell bor du på? (Noter navnet på hotellet):
_____**35b. Bor du på enkelt- eller dobbeltrom?** ¹ Enkeltrom ² Dobbeltrom

Hvis overnatting ikke er inkludert i pakkereisen, stilles spørsmål 33:

36. Omtrent hvor mye kommer du til å bruke på overnatting i Trondheim under mesterskapet?

Beløp: _____ Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____

37. I går, hvor mye vil du anta at du brukte på følgende ting under oppholdet i Trondheim (ekskl. utgifter til pakkereisen og evt. overnatting)? Hvis de kom samme dag spør om hvor mye de har brukt hittil i dag pluss et anslag på hvor mye de kommer til å bruke senere på kvelden. Vi ønsker her å få et anslag på døgnforbruket (24 t) i Trondheim.

- | | |
|--|-------------|
| a) Dagligvarer | Beløp _____ |
| b) Andre varer (eks. klær, suvenirer etc.) | Beløp _____ |
| c) Restaurant, kafe, uteliv | Beløp _____ |
| d) Lokal transport (buss, taxi, leiebil) | Beløp _____ |

e) *Øvrige tjenester (eks kino, museer etc)* Beløp _____

f) *Annet* Beløp _____

Beløpene er oppgitt i følgende valuta: ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____

38. På en skala fra 1 til 10, hvor interessert er du i håndball?

Lite interessert Veldig interessert
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

39. Hva er din alder? Noter alder: _____

40. Omtrent hvor stor var bruttoinntekten din siste år? Hvis man ikke ønsker å oppgi beløp, forsøk med intervall

Beløp: _____ ¹ under 200' ² 200'-399' ³ 400'-599' ⁴ 600-799' ⁵ 800-999' ⁶ 1 mill. +

Valuta (kryss av): ¹ NOK ² EUR ³Annen valuta (spesifiser): _____

TUSEN TAKK FOR HJELPEN!

Billettpriser

TRONDHEIM SPEKTRUM

Preliminary Round Group C and D - 9.-14. of January 2020

PACKAGE	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
6-day ticket (all matches)	12660NOK/1340€	4560NOK/478€	3460NOK/363€	2920NOK/306€
2-day ticket	4390NOK/465€	1690NOK/177€	1280NOK/134€	1080NOK/113€
Group Round ticket (all matches) group C	6450NOK/690€	2400NOK/252€	1770NOK/186€	1470NOK/153€
DAY TICKET	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
Group C (2 games)	2150NOK/230€	800NOK/84€	590NOK/62€	490NOK/51€
Group D (2 games)	2240NOK/235€	890NOK/93€	690NOK/72€	590NOK/62€
FAMILY PACKAGE*	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
2-day ticket	————	————	3195NOK/333€	————
Group C (2 games)	————	————	1470NOK/153€	————
Group D (2 games)	————	————	1725NOK/180€	————
Group Round ticket (all matches) group C	————	————	4410NOK/459€	————
CLUB PACKAGE**	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
2-day ticket	————	————	————	525NOK/55€

*A Family Package comprises 3 single tickets with a 17% discount and applies to the following combinations: 1 adult + 2 children (4-15 years), 2 adults + 1 child (4-15 years)

**A Club package requires a minimum order of 10 2-day tickets in one purchase and is for registered handball clubs only. To buy a Club package you need to use the booking form under "group sales"

TRONDHEIM SPEKTRUM

Preliminary Round Group C and D - 9.-14. of January 2020

PACKAGE	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
6-day ticket (all matches)	12660NOK/1340€	4560NOK/478€	3460NOK/363€	2920NOK/306€
2-day ticket	4390NOK/465€	1690NOK/177€	1280NOK/134€	1080NOK/113€
Group Round ticket (all matches) group C	6450NOK/690€	2400NOK/252€	1770NOK/186€	1470NOK/153€
DAY TICKET	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
Group C (2 games)	2150NOK/230€	800NOK/84€	590NOK/62€	490NOK/51€
Group D (2 games)	2240NOK/235€	890NOK/93€	690NOK/72€	590NOK/62€
FAMILY PACKAGE*	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
2-day ticket	————	————	3195NOK/333€	————
Group C (2 games)	————	————	1470NOK/153€	————
Group D (2 games)	————	————	1725NOK/180€	————
Group Round ticket (all matches) group C	————	————	4410NOK/459€	————
CLUB PACKAGE**	VIP NORWAY	Category 1	Category 2	Category 3
2-day ticket	————	————	————	525NOK/55€

*A Family Package comprises 3 single tickets with a 17% discount and applies to the following combinations: 1 adult + 2 children (4-15 years), 2 adults + 1 child (4-15 years)

**A Club package requires a minimum order of 10 2-day tickets in one purchase and is for registered handball clubs only. To buy a Club package you need to use the booking form under "group sales"

