

# Rapport om **golfens samhällsnytta** i olika dimensioner

## Innehåll

### **Sammanfattning**

- 1. Bakgrund och syfte**
- 2. Metoder för nyttoanalyser- om efterfrågan och långsiktig utveckling**
- 3. Sportsektorn inom leisure & pleasure industry dvs ”fritidsindustrin”**
- 4. Golfsektorn i världen**
- 5. Golfsektorn i Sverige**
- 6. Golfsportens nyttovärden, definitioner och avgränsningar**
- 7. Summering om golfens olika nyttovärden**
- 8. Jämförelser mellan golfen och andra sporter**

## **Bilagor**

## **Referenser, källhänvisningar**

**Golfen i Sverige skapar många olika och unikt stora värden för det svenska samhället i sina 450 golfanläggningar och angränsande verksamheter**

**Speciellt för golfen är att den både skapar stor monetär ekonomi med jobb och skatter men dessutom ett mycket starkt CSR- och nätverkskapital som gynnar näringsliv, folkhälsa, social samverkan och landskapsutveckling. Det är den sport som sammantaget skapar mest av dessa värden i Sverige**

**Total nytta i 8 dimensioner för alla parter i samhället = Summan av:**

Graden av engagemang hos deltagare, publik och allmänhet

+BNP, antal jobb, företagsfrämjande lokalt, skatteinkomster

+Socialisation, nätverksskapande, gemenskap i alla åldrar etc

+Jämställdhet, jämlikhet, inkludering

+Folkhälsoskapande i alla åldrar etc

+Miljö-, och naturvärden som minskar eller ökar

+Globaliseringseffekt, integration mellan nationer, nätverk

+Attraktivitet på platsen, i orten, kommunen som ger inflyttning etc

**Svensk golf är en integrerad del i golfen i världen och bidrar till Sveriges internationalisering socialt, kulturellt och ekonomiskt. 491 000 golfspelare 2012 gör Sverige till en stor golfnation som nr 7 i absoluta tal**

*Global business of golf* ( 2011) beskriver den totala industrin på följande sätt:

- **Three largest markets are US, Europe and Japan**
- **Global industry creates *revenues* ( obs en bruttointäkt) of \$300bn (1 900 mdr skr)**
- **Industry employs 3.5 million people**
- **There are 32,000 courses worldwide**
- **The sport is played by 55 million people in more than 100 countries**

Golfens nyttovärden

**Räknat per capita är Canada, USA och därefter Sverige ( Island) de ledande golfnationerna**

**Antal golfspelare i världen är 55 milj. på 32 000 banor**

<b>USA</b>	<b>26</b>
<b>Japan</b>	<b>9</b>
<b>Canada</b>	<b>6</b>
<b>England o Irland</b>	<b>4</b>
<b>Australien</b>	<b>1,0</b>
<b>Tyskland</b>	<b>0,6</b>
<b>Sverige</b>	<b>0,5</b>
<b>Övr.</b>	<b>10</b>

**Golfen i Sverige förenar och integrerar inflyttade och besökare från många länder på ett effektivt sätt**

**Golf är den största utomhussporten i Sverige (efter den sammanlagda volymen av promenader, jogging mm)**

**Golfen aktiverar på ett jämlikt och jämställt sätt kvinnor och män i alla åldrar och med olika funktionsförmåga, social, etnisk och kulturell bakgrund.**

**Golf ger en allsidig fysisk träning med effekter i både grov- och finmotorik, smidighet, balans, uthållighet, koncentrationsförmåga och mental förmåga att hantera fysik och psyke under krävande motions- och tävlingsförhållanden**

**Golf ökar eller behåller folkhälsan i alla åldersgrupper och hos män och kvinnor och minskar vård och omsorg hos dessa**

**Golfens ekonomi i Sverige är mycket stor och uppgår till 4,0(3,5-4,5) mdr skr i BNP (beroende på om hur vi räknar in sidonärings- ännu mer)**

Se här [www.wearegolf.org](http://www.wearegolf.org) och dess data om golfens ekonomiska effekter på samhället.

*Since its emergence as a major spectator sport in the 1920s, the game of golf has provided lifelong recreational opportunities and enjoyment for millions. Beyond its sport and recreational value, golf is a major industry that generates jobs, commerce, economic development and tax revenues for communities throughout the country. The total economic*

Golfens nyttovärden

*impact of golf in America in 2011, including direct, indirect and induced impacts is \$176.8 billion. Total size of the golf economy nationally in 2011 is \$68.8 billion up from \$62 billion in 2000. Total wage income nationally is \$55.6 billion. The golf industry is responsible for 2 million jobs in the U.S.*

Golfens totala monetära inducerade impact (=multiplikatoreffekter) har beräknats till 500 mdr skr i USA (av 200 mdr i g- BNP) vilket ger impact i Sverige på 10 mdr (av g- BNP på 4 mdr).

**Golfens i Sverige ger monetär BNP på 4 mdr samt 1-2 mdr i ickemonetär effekt. Totalt nära 6 mdr skr plus ytterligare social, kulturella, estetiska etc. effekter.**

**Golf bygger sociala och kulturella nätverk lokalt, regionalt, nationellt och internationellt på ett för näringsliv och andra organisationer unikt sätt.**

**Golfen i Sverige består av 7 500 jobb (årsarbeten) och därav ca 15 000 jobb under säsong.**

**Golfen skapar 1,9 - 2,0 mdr skr i skatteinkomster till stat, landsting och kommuner varje år.**

**Golfen skapar attraktivitet i sina kommuner och platser i landskapet. Inflyttning och boende stimuleras runt anläggningarna.**

**Näringslivsaktiva och växande kommuner har växande golfutövande och fler banor.**

**Golfens 450 banor finns som ett nätverk i Sveriges 290 kommuner och är en viktig drivkraft landsbygdens ekonomi.**

**En anläggning med 1500 medlemmar skapar en lokal golf-BKP på 21 mkr och därmed skatteintäkter på 10 mkr varav 4,3 mkr till kommunen.**

**Golfanläggningar tillför naturvärden till medborgarna i form av rekreation, och biodiversitet.**

**Golfanläggningar har inte mer negativ miljöpåverkan (växthusgaser, kemikalier, biodiversitet) än alternativa användningar av samma arealer- snarare mindre.**

**Sverige använder för golfen med 450 banor 31 500 ha d.v.s. 320 kvkm av landets totala yta på 450 000 kvkm vilket är 0,07 % av hela ytan.**

## Sammanfattning

Sporter och upplevelseverksamheter utvecklas allt mer inom genom de starka drivkrafterna inom marknadsekonomin lokalt, nationellt och globalt. De hundratals olika sporterna skapas och vidareutvecklas genom samverkan mellan olika institutioner i komplexa nätverk. Varje sport skapar sina regler och organiserar sig för att kontrollera och standardisera anläggningar, utrustningar, stödsystem, tävlingsformer. Vi ser detta system som konstruktioner skapade av föreningar och förbund men också kommuner, nationer, massmedia och av de omgivande näringarna som skapar en marknadsekonomi runt den hårt reglerade och monopoliserade tolkningen av hur sporten skall bedrivas. En nätverksstruktur skapas där deltagare, publik, föreningar, arenor, företag i övrigt men även orter och nationer frivilligt inordnar sig i denna struktur. Vissa sporter har genom denna process blivit globala och gemensamma för alla deltagare och andra intressenter. Mellan sporterna utvecklas allt mer konkurrens om deltagare, publik, mediainteresse och resurser av olika slag. Varje sport- d.v.s. alla dess aktörer- behöver därför analysera sin roll i denna större omvärld för att därifrån kunna utvecklas vidare. Denna rapport ger beskrivningar av de värden som golfsporten skapar för att därmed ge underlag för sportens vidareutveckling.

**Sporten i samhället är idag en stor del i vårt sociala liv och den är också en växande bransch.** Sporten har en samlad global BruttoNationalProdukt (BNP) på 6000 mdr skr 2012 (IEC m fl). Den består av många olika sporter som var för sig har speciella egenskaper deltagarmässigt och publikt och effekter på omgivande samhället. En del sporter bedrivs på världsmarknaden genom att de har sina enda framträdanden kanske 10-30 gånger på olika platser under ett år. Där skapas flera dagars event med stor publik, många sponsorer och andra intressenter samt närvaro av massmedia som gör att alla intresserade kan följa tävlingarna och eventen ner i minsta detalj allt efter eget intresse. Typiska sådana ”globala och mediala” event är Formel 1-tävlingar, (Volvo) Ocean Race runt jorden och Americas Cup (segling). Andra sporter som fotboll, basket, golf m fl pågår kontinuerligt i mindre skala i nästan alla länder och på många orter.

Den deltagarmässigt, publikt och ekonomiskt (en BNP på 600 -700 mdr skr) största sporten i världen fotboll (soccer) är närvarande nära nog ner till minsta by och samhälle jorden runt i olika serier och cupsystem eller i lek och motion. Varje vecka året runt. Fotbolls-VM vart fjärde år är en dominerande sport på global nivå och en dominerande mediahändelse med detaljerad rapportering till alla länder. OS med sina många sporter skapar liknande dominans och lyfter upp många små sporter vart fjärde år som då når medial uppmärksamhet och lokal och nationell glädje för segrande nationer och individer.

Några sporter finns storleksmässigt på nivån under fotboll men i global BNP-ekonomisk mening med betydande storlek på mellan 250 och 350 mdr skr per år. Dit hör golfen (häst- och seglingssport är andra sådana) som har strukturer och processer som driver dessa året runt i många länder och med medial uppmärksamhet och därmed inkomster på elitnivå som stimulerar sporten och konsumtionen i denna hos allmänheten så att det blir en stor sport-folkligt bred åtminstone i många länder.

**Golfen i världen har en BNP på ca 370 (350-400) mdr skr och Sverige en golf-BNP på 3,5-4,5 mdr skr . Golf är ca 5-6 % av all sportekonomi i Sverige och har med sina 490 000 spelare och ett stort massmedieintresse en stor roll i samhället och särskilt i lokalsamhällena.**

Golfen har uppnått en sådant deltagande i Sverige att sporten skall ses som en folksport och därmed som kvantitativt och kvalitativt viktig i många andra samhällsdimensioner. Denna rapport försöker fastställa dessa nyttovärden i Sverige med stöd av de data som finns tillgängliga och visar det breda spektrum av inflytande golfen har socialt, ekonomiskt, naturmässigt, motions- och folkhälsomässigt på lokal nivå i varje kommun (även i kommuner som saknar golfbanor kan medborgare lätt nå banor i andra kommuner) och därmed totalt för nationen. När vi aggregerar all denna aktivitet kan vi visa nationella nyttovärden för golfen och att den är en stor samhällsnyttig sport jämsides med de andra stora sporterna fotboll, hästsport, båtsporter, motionslöpning/promenader och gymnastik och större i totala nyttotermer än ishockey, skidsport, innebandy, handboll och friidrott.

De lokala nätverken runt klubbarna i den egna orten/kommunen har analyserats i rapporten och vi summerar här. Vi beräknar summan av delposter inom lokal golfinducerad ekonomi och socialt kapital till ett lokalt årligt ekonomiskt värde på 1000-1500 kr per golfspelare. Med 1000 golfspelare i en kommun och i en klubb är detta sociala, attraktions- och affärsrelationskapande värde således 1,0-1,5 mkr ( Se BA Larsson, IEC men också Westerbeek, Putnam m fl om socialt kapital). *För landets alla 450 golfklubbar mm blir värdet på det sociala samspelet (kapitalet)räknat på 490 000 medlemmar 500-800 mkr per år.*

*Folkhälsoekonomisk effekt* av golf antas vara hög i alla åldrar. Ett *räkneexempel* ( se också BA Larsson, Nordeg )på såg 5 % minskad sjukkostnader (ersättning, vård, omsorg, förlorad BNP) för 490 000 pers per år ger värdeförbättringar på 490 000 ggr 0,05 ggr 35 000 kr ( medelvärde för alla åldrar 5 år -) per år = 800 mkr per år i total värdeeffekt dvs folkhälsoekonomisk effekt. *Ett värde på 600-1000 mkr används här som en rimlig bedömning av golfens årliga folkhälsoeffekt.*

Total samhällsekonomisk nytta med golf i Sverige kan uttryckas som att alla hittills gjorda investeringar i anläggningar på ca 10-12 mdr skr ( IEC bedömning) ger en Social Return On Investment, S-ROI i direkta monetära och alla andra värden på 5-6 mdr / 10-12 mdr = ca 50 % bruttoavkastning. De sociala, folkhälsomässiga och attraktivitetsskapande värdena är således de viktiga avkastningsvärdena jämförda med de mycket låga monetära avkastningsvärdena ( några % över decennierna) som anläggningar och golfklubbar erhåller. Skatteintäkterna på ca 2 mdr skr dvs de monetära effekterna för stat, region och kommuner är mycket höga i förhållande till de jämfört med de offentliga kostnaderna för andra sporter.

### **Vi summerar de olika värdena**

En summering av alla dessa nyttovärden i golf ställda mot de andra sporternas motsvarande värden ger golfen en position som den nyttigaste bredvid sport/motionsgruppen promenader,

jogging, vandring. Det är en måhända förvånande slutsats men värdena för golf har i rapporten summerats på följande sätt (för 2012):

### **Monetära värden:**

**BruttoNationalProdukten i golf är 4 000 ( 3 500-4 500) mkr som ger 15 000 årsarbeten och 1 900 mkr i skatteintäkter o sociala avgifter till stat, landsting och kommuner utan att kräva offentligt stöd**

**Plus**

**Övriga värden som skapas varje år :**

**Folkhälsoskapande 600-1000 mkr, lokalt tillväxtfrämjande i alla kommuner 500-800 mkr, social gemenskap och tillit finns men beräknas inte, miljö- och naturpåverkan är både plus och minus och bedöms till oförändrat. Totalt mer än 1 500-1 800 mkr.**

**Totala värden som skapas av golfsporten i Sverige per år är således 5-6 mdr skr.**

## **1. Bakgrund och syfte**

Svenska Golfförbundet har 2013 uppdragit åt IdrottsEkonomiskt Centrum att göra en analys och beräkning av olika nyttovärden som skapas av golfsporten inom Sverige. Denna rapport försöker summera alla nyttovärden kvantitativt och där detta inte låter sig göra i kvalitativa omdömen. Vi utgår i analysen från en föreställning att alla sporter innehåller olika positiva och negativa effekter som uppstår hos utövare, hos publik, ledare, lokalsamhället, näringslivet runt omkring och hos stat, landsting och kommun i form av bl a skatter. En speciell kvalitativ diskussion gäller några aspekter på hur golfklubbarna och omgivande system inom Sverige skapar nyttovärden ställt mot hur svenska spelare söker sig till andra länders erbjudanden för golfтуризм, hur svenska tävlande elit och golfstudenter i olika åldersklasser spelar inom andra

länders golfmiljöer men också hur internationell golfturismen och internationella elitävlande riktas mot Sverige.

Nyttovärdena i golfen skall således ses i där de skapar värden för golfen i Sverige, för anläggningar, kringsystem av varor och tjänster och för spelare och publik samt för stat, regioner och kommuner.

Analysen avser var objektiv med hög validitet och reliabilitet i sina utvärderande ansatser och metodmässigt sett vetenskapligt kritisk (så långt detta är möjligt i förhållande till tid och andra resurser). Arbetet inleddes i juni 2013 och avrapporterades oktober inledningsvis 2013. Primära data om de utvalda 10-16 olika värdena (perspektiven) i golfsporten liksom i andra sporter finns endast i begränsad utsträckning. Det innebär att analysen stegvis via nyckeltal i varje land om antalet golfare, deras konsumtion, antal banor och dessas drift försöker skapa en rimligt korrekt statistisk analys. De rapporter om miljöeffekter, folkhälsa som effekt av golf etc som publicerats ligger till grund för nyckeltal i dessa perspektiv. Genom kompletterande samtal med experter inom de olika funktionsområdena har analysen kunnat skapa rimligt säkra skattningar av golfen i världen och Sverige. Förslaget vad gäller datakvalitet är att läsare och deras olika organisationer och nätverk rapporterar synpunkter, kritik och kompletteringar till författaren (mail : bjorn-anders.larsson@nordeg.se) från publiceringen nov 2013 och under 2014 varefter en successivt mer komplett och kvantitativt och därmed kvalitativ analys kommer att växa fram.

## 2. Metoder för nyttoanalyser- om efterfrågan och långsiktig utveckling

### 2.1 Om värden som skapas i samhället

All verksamhet i samhället skapar *värden* i någon form. Det vi ser som det ekonomiska i varje sektor eller bransch är en "ekonomiskt synlig" del av värdena medan de underliggande verksamheterna som medborgare genomför i sina föreningar, hushåll och i sin fritid är osynliga i ekonomisk mening. Vi kan se den ekonomiska synliga delen som toppen av ett isberg dvs ca 10-15 % av livets alla timmar där de 85-90% av alla timmar vi ägnar åt den studerade verksamheten eller hela samhället är under ytan. Denna bild gäller nästan alla aktiviteter eller branscher i samhället; utbildning, vård, omsorg, kultur och inte minst sporter av olika slag. De värden som skapas totalt sett är således större än de värden som skapas i den synliga ekonomin av de betalda timmarna som sätts in av producenterna/utförarna. Studien i detta fall av golfsporten men även alla andra sporter består av just detta samhällsfenomen. Tid och andra resurser som medborgarna ägnar åt sin sport som aktiva, arrangörer, producenter, ledare, publik etc är större än vad som motsvarar de betalda insatserna i och runt sporten. Analysen av värdena som skapas ( utöver de ekonomiska) kompliceras ytterligare av att t ex en timme utövande av sporten skapar effekter i flera dimensioner för utövaren och dennas omgivande sociala, biologiska och övriga fysiska miljö. Denna **mångdimensionalitet** är



typisk för sporter. De har omfattande roller i alla samhällen. Därtill är sporterna en universell kroppsbunden och likformigt utövad aktivitet som talar ett universellt språk:

## **"Sport has the power to change the world"**

*Sport has the power to change the world. It has the power to inspire. It has the power to unite people in a way that little else does. Sport can awaken hope where there was previously only despair.*

*Sport speaks to people in a language they can understand."*

Nelson Mandela

Olika sporter har olika betydelse för samhället i sociala, hälsomässiga, ekonomiska, politiska och kulturella perspektiv. Några har stor demografisk spridning i deltagandetermer och därmed effekter på fysisk hälsa i många åldersgrupper. Andra stimulerar till stor publik på arenor och olika media och genererar betydande intäkter utan att befolkningen utövar just den sporten ( se t ex motorsportens Formel 1). Sporternas olika roller i och relationer till olika delar i samhället har därmed olika effekter i olika faktorer som beskriver samhället. De olika sporterna är (alltmer) olika i allt fler avseenden. Vi kan se det som att varje sektor söker sin mest framgångsrika roll på världsmarknaden, i respektive nation och i de lokala marknaderna och städerna. Kommunen/staden försöker forma sin profil och attraktivitet även som *sportcity* särskilt i de postindustriella nationerna (rapportförfattaren diskuterar detta i sitt kapitel om Sverige i antologin *"Idrott och City-Marketing"* (Karin Book och Bo Carlsson, 2008, [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org)). De över 200 nationerna i världen uppvisar sinsemellan alltmer lika struktur i sporter utöver vissa starka egna sportkulturer ( t ex landhockey, bandy, vissa kampsporter). Massmedia och besöksnäringar sprider kunskaper, intressen och beteenden i sport efter sport som därmed etablerar sina världsmarknader ( fotboll, Formel 1, golf, tennis, friidrott, cykel, simning etc).

Idrotten och övriga sporter utgör en betydande del av den sociala ekonomin och är inbäddad i den sociala och kulturella sfären som utgör samhället. Där skapas och vidareutvecklas nätverk i olika fält. De beständigare nätverken kan ses som socialt kapital (Putnam, Coleman mfl) som delas av medlemmar/deltagare i respektive nätverk. I en vidare cirkel eller fält skapas gemensamma förståelser, symboler, värderingar och intressen som kan ses som kulturellt kapital (Bourdieu m fl). Ur dessa gemenskaper som vi kan se som fasta värden som kapital kan värden utvinnas kontinuerligt och under ett år åtminstone teoretiskt ses som skapade värden = intäkter. Vissa nätverk/agglomerationer har starkare socialt och/eller kulturellt bestående värde= kapital än andra mer öppna och svaga nätverk. Vi kan här studera hur t ex olika ideella nätverk eller intresseorganisationer är av den starkare nätverksformen med kapacitet att skapa en starkare social årligt verkande ekonomi. Andra nätverk/organisationer har mindre sådan styrka. Överfört till idrott/sport har vissa av alla hundratals sporter mer sådant socialt och kulturellt kapital och mer värdeskapande varje år inklusive ekonomiskt kapital. Hypotesen inför denna studie är att golf rymmer många sådana starka värden.

Vi skulle vilja beskriva de samlade nyttovärdena i vilken sport som helst som helst som en summa av de värden som medborgare och samhällets olika intressenter uppfattar dessa nyttiga värden i vid mening:

**Total nytta i 8 dimensioner för alla parter i samhället = Summan av:**

Graden av engagemang hos deltagare, publik och allmänhet

+BNP, antal jobb, företagsfrämjande lokalt, skatteinkomster

+Socialisation, nätverksskapande, gemenskap i alla åldrar etc

+Jämställdhet, jämlikhet, inkludering

+Folkhälsoskapande i alla åldrar etc

+Miljö-, och naturvärden som minskar eller ökar

+Globaliseringseffekt, integration mellan nationer, nätverk

+Attraktivitet på platsen, i orten, kommunen som ger inflyttning etc

## 2.2 Sporters strukturer, institutioner och dynamik

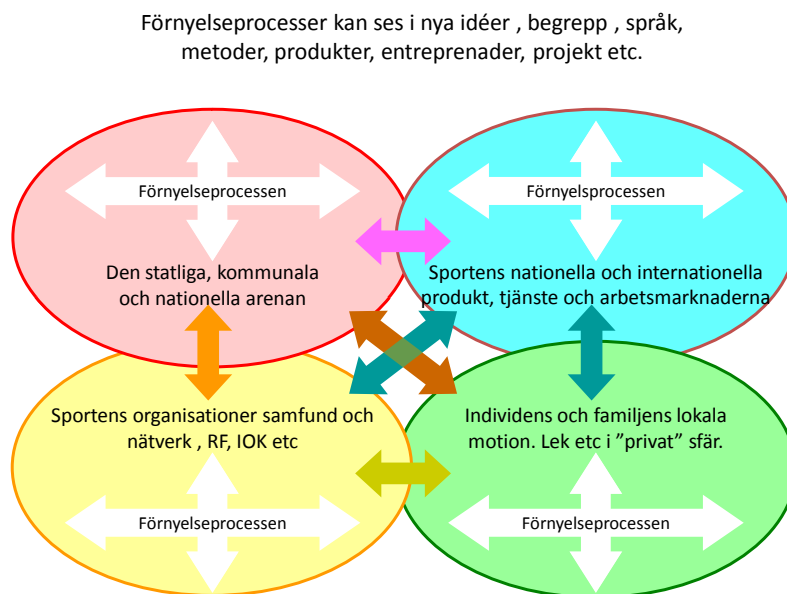
Sportsektorn består således av många olika delsektorer som blir alltmer utvecklade och självständiga gentemot andra sporter som fotboll, golf, hästsport etc som i sin tur förändras över tiden. Nya sporter växer fram och andra försvinner eller stagnerar på olika nivåer. Om sporterna hade fått utvecklas enbart på sina egna marknadsekonomiska villkor hade vi troligen sett motsvarigheter till den välkända *Bostonmatrisen* (konsultföretaget BCG skapade denna) med begrepp som (trygg och god ekonomi) *mjölkkö*, (stor och säker ekonomi) *byracka*, (snabb tillväxt) *stjärna*, (osäker framtid) *frågetecken*. Fotboll är kanske en mjölko just nu. Massevent med många tusen deltagare som Vasaloppet, Vätternrundan, Varvet är för tillfället stars etc.

Det samlade sportområdet kan ses som en av de stora branscherna i näringslivet och i de flesta länder som en sektor i den sociala ekonomin (nonprofit-sektorn etc) men också som en sammankopplad sektor till andra sektorer i kommuner, regioner och förvaltningar hos staten. Det intressanta är att varje sport dvs golf, fotboll, ridsport etc också är beroende och i samverkan med för varje sport olika och ofta unika institutioner och aktörer i samhället. Hästsporterna är på så sätt inbäddade i institutioner och delbranscher inom jordbruk, veterinärmedicin, olika spel ( gambling) mm. De olika egenskaperna i sport återspeglas också i relationer med sportens deltagare och publik. Upplevelsena hos dessa intressenter är olika

och formar olika typer av publik och interaktion som över tiden förstärks av utvecklingen i olika medier.

Dynamiken i organisationers ( t ex en viss sport som golfen i Sverige) omvärld och de därav följande förändringarna inom respektive organisation ändrar deras interna roller, maktförhållanden, strategier och dagliga verksamheter. De olika sporterna uppvisar olika mönster här. Golfen är beroende av hushållens preferenser och marknadens aktörer i skapandet av sina olika verksamheter och utveckling. Andra sporter har sin strategi förankrad inom kommunala anläggningar och idrottsföreningarnas symbios med sin lokala kommun.

## Kommunikationsfält –sportens sektorer



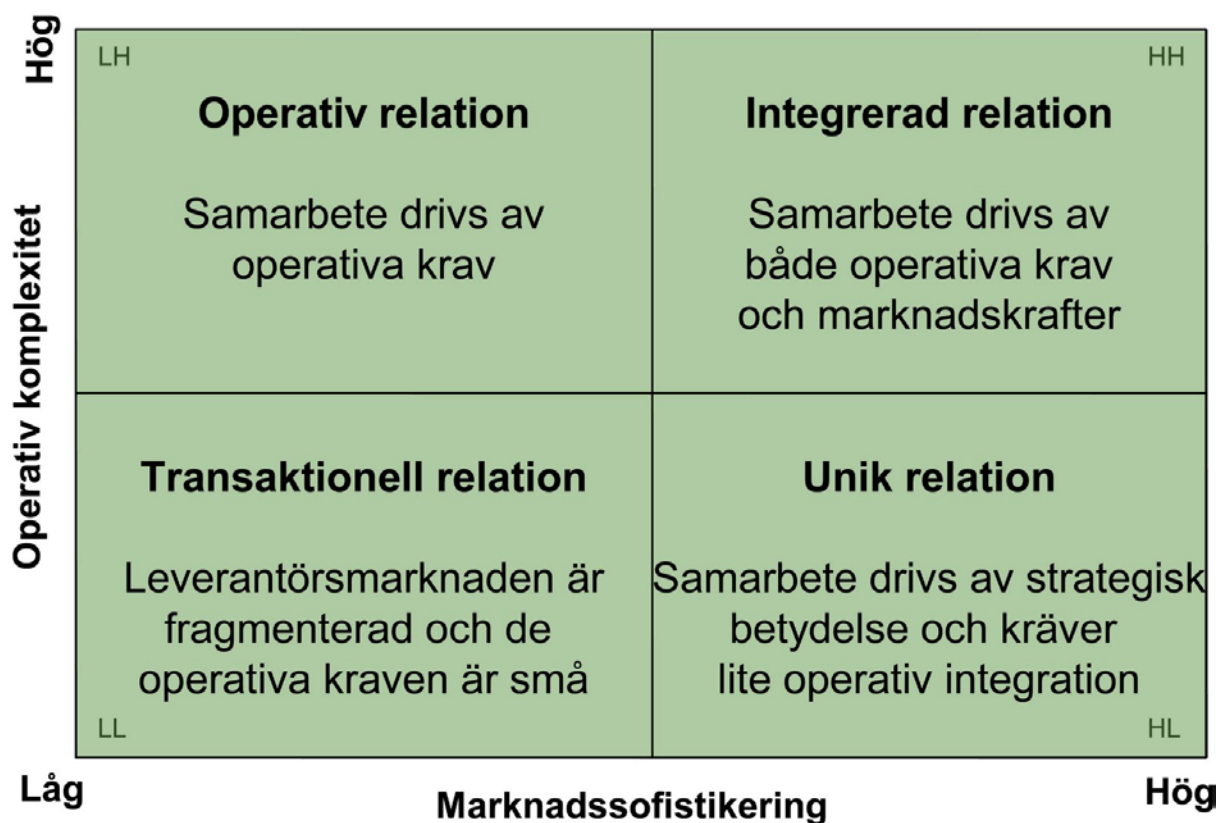
En listning av olika påverkande faktorer som skapar förändringar inom och runt en sport kan se ut på följande sätt:

- assymetrin mellan gamla och nya aktörer
- nyskapande via invadörer som går in i branschen/sektorn
- avreglering av legala system, institutioner som upphäver monopol
- entre-,inter-,intra,extra- och novoprenörer driver ”kreativt nyskapande och destruktion”
- debatter och forskning skapar *un-och reframing* av synsätt och aktörsfält
- informations- och kommunikationsflöden via omni- och multichannel förändrar
- ständiga innovationer (möjligheter resp skapande) av innehåll,former,teknik etc
- förändrad demografi i olika delar av Sverige som t ex ger tillväxt i viss sport
- ökade hushållsinkomster, ändrade preferenser, nya trender, moderörelser

## Golfens nyttovärden

- utveckling av stor publik i vissa sporter, event etc , minskning i andra
- sportens ledning har resurser och idéer som kan förändra konkurrensen
- unika nya egenskaper utvecklas i sportens erbjudande till deltagare och/eller publik

Innebörden av de olika förändringsprocesserna kan vara att vissa sporter minskar i betydelse och därmed överges av media (och vice versa). Deltagandet i en viss sport svarar på behov och trender (joggingvågen etc) medan organiserade tävlingssporter som kräver klubb- och förbundstillhörighet minskar i andra fall. Paradoxen är att massdeltagande i stora sportevent senare år inte minskar masspublik i form av live-åskådare och i massmedia. Gemensamt tycks vara att stora event med mycket folk närvarande antingen som publik eller som deltagare-där triggas de två processerna varandra. Fotboll (Kung Fotboll) tycks alltmer nå denna tvåsidiga dynamik i världen, i Europa och i (vissa orter) i Sverige. Vi kan just i fallet fotboll konstatera att de styrande monopolinstitutionerna är de nationella förbunden, t ex UEFA och globalt FIFA. I andra sporter som t ex segling finns många olika institutioner och regelsystem på alla nivåer från lokalt till globalt. Golfens internationella organisering har mönster som liknar seglingssporternas ”oreglerade” mångfald av institutioner, tävlingar etc. Däremot är golfens spelformer på banan för både tävling och motion mycket starkt reglerade och universella. Forskning inom samhällsvetenskaper för att synliggöra faktorer som ligger bakom institutionella och organisatoriska mönster kommer att ge ökad förståelse av t ex varför de 70-100 stora världssporterna (de olympiska och några till) uppvisar så olika struktur och ”strategier”. De tycks endast i mindre omfattning vara styrbara och fås att fungera efter en singular eller medveten strategi. Sporterna påverkas av omgivande samhällsförändringar och snabba massmediala förlopp ( se kampsporter senare år t ex). De kan i flera sporter ses som marknader som är öppna system och där olika sportmarknader interagerar mellan varandra ( korselasticitet i pris, kvalitet, upplevelse). De stora sporterna kan dock fortfarande växa och ta marknad genom successiv utveckling av värden, tjänster, kostnader och priser och upplevelser och berättelser ( fotboll globalt) medan andra har svårare. Med tydliga positiva värden i en sport som deltagare och publik och andra intressenter också värderar högt kan effektiv marknadsföring ( affärsutveckling etc) skapa kontinuerlig tillväxt i en sport. Golfporten har dessa möjligheter enligt denna rapport samlade analys.



### 2.3 Om statistik, nyttoanalyser generellt och rapportens valda metoder

I en inledande fas i denna analys har de vanliga statistiska data som finns stor betydelse. Författaren arbetar med metoder som hämtas från praktiken inom marknadsanalyser och många års verksamhet i den rollen. Offentlig statistik och produktion, konsumtion, deltagande, investeringar, handel, export och import, investeringar, miljöeffekter, sociala mönster är mycket bristfälliga eller förekommer endast punktvis för något år. Metodiken är att "lägga pussel" med de få ofta företags- eller förbundsgenererade data som finns. Luckor och mönster fylls i med nyckeltal från t ex en landanalys som sedan används för skattning av sektorer där data inte finns. Samband mellan mätningar och effekter av en sektor in i andra sektorer blir "prognoser" och försiktiga gissningar med osäkerhetsintervall som sedan fortplantar sig till nästa skattning etc. Genom rimlighetsantaganden görs kontroller mot andra sporter eller samhällsekonomiska fenomen, folkhälsodata från andra sektorer, miljödata i andra perspektiv och således kan en samlad helhetsbild skapas av golfen. Det blir således en bättre datakvalitet när Sveriges golfsport och dess värden beskrivs och detta kan ställas mot försöken att beskriva andra nationers golf och världens golfsektor. Rapporten utgör därmed så vitt vi kan bedöma ett första försök till totalanalys av golfsporten globalt beskriven med dess viktigaste variabler. Även ansatsen att beskriva dess värden och nytta i olika avseenden i det svenska samhället är av pionjärtyp. För framtida mer omfattande studier av golfen i Sverige

och globalt kan den tjäna som en plattform. En ambition hos IdrottsEkonomiskt Centrum är att skapa möjligheter för liknande studier av andra sporters nyttovärden och då främst de stora sporterna. En början till sådan analys finns sedan 90-talet i Sverige och pågår hos IEC för hästsporterna. Även andra sportsektorsanalyser förbereds. Internationellt har sedan 90-talet Tyskland, Österrike, England och olika sporter i USA gjort nationalekonomiska(makroekonomiska) analyser av partiell sport-BNP.

Sportsektorn i samhället skapar flera typer av nytta för samhället men också olika kostnader och även onyttiga och ibland skadliga effekter. De olika sporterna har unika uppsättningar av sådana plus- och minuseffekter i sin omvärld och i samhället i stort. Hur dessa analyser går till skall belysas här. En förståelse av vilka egenskaper vi väljer ut och hur vi mäter dessa egenskaper är nödvändig för läsarens egen bedömning av vad rapporten visar. Det finns möjliga felslut därför att vi väljer fel faktorer eller glömmer vissa (validitet) samt att vi mäter dessa egenskaper på felaktiga sätt (reliabilitet).

Metoden vi använder är beskrivningar av golfsektorn i input-output-liknande kedjor där vi utgår från varje utvald och identifierad nytta och försöker beskriva och värdera effekter i olika avseenden av denna nytta . Metoderna hämtas från verktyg som cost-benefit, cost-utility och effekt-effekt-analyser.

Alla aktiviteter, evenemang etc har *effekter* . Genom att beskriva *aktiviteterna* och effekterna kan vi skapa sammanhängande *input-output-system* för vad som sker i varje enskilt fall och genom att sätta samman dessa aktiviteter i t ex en kommun kan vi skapa sådan input-output-analyser för all idrott i kommunen. Genom att studera alla hushåll och individer (med statistiska analysmetoder) i kommunen vad gäller deras konsumtion, deltagande etc kan vi beskriva sport och idrott som en konsumtions (efterfrågan på varor och tjänster)- och aktivitetssektor (fritidsdeltagande).

Ett ekonomiskt effektivitetsperspektiv erhåller vi genom att se vad nedlagda kostnader ger för effekter i nästa led i systemet. Här kan i princip tre olika ansatser göras:

*Cost Effect Analysis (CEA) – kostnads-effekt (alt effektivitets-) analys*

*Cost Benefit Analysis (CBA)- kostnads-intäktsanalys mm*

*Cost Utility Analysis (CUA- kostnads- nytto analys t ex hälsoförbättringar, fler aktiva år*

### **Metoder för effektmätning av komplexa system helt generellt**

Citat från en hemsida för välkänt utvärderingsföretag (bl a) Ramböll:

*(Ramböll) ...erbjuder tillförlitliga mätningar som tydligt visar resultat och effekter av en insats. Detta ger ett faktabaserat och kraftfullt underlag för beslut om strategier, policies och framtida projekt.*

**Cost-benefit-analys (CBA)**, kallas även *kostnad-nytta-analys*, analysmetod som används för att väga fördelar mot kostnader i samhällsprojekt. Utredarna försöker väga in alla aspekter som kan räknas som vinster eller förluster skapade av projektet. Aspekterna uttrycks i monetära termer, t ex i kronor. Detta innebär att man sätter en prislapp på hur mycket en bra miljö eller en god hälsa kostar. I CBA:n tar man också hänsyn till uppskjuten konsumtion med hjälp av diskontering.

Diskonteringen innebär att man beräknar nuvärdet (present value) av framtida in- eller utbetalningar. Om man till exempel ska betala 100 kronor om tre år och årsräntan är 5 procent blir beloppets diskonterade värde eller nuvärde  $100/1,05^3=86,2$  ( $100/1,16=86,2$ ).

*Cost-effectiveness analysis (CEA) is a form of economic analysis that compares the relative costs and outcomes (effects) of two or more courses of action. Cost-effectiveness analysis is distinct from cost-benefit analysis, which assigns a monetary value to the measure of effect.<sup>[1]</sup> Cost-effectiveness analysis is often used in the field of health services, where it may be inappropriate to monetize health effect. Typically the CEA is expressed in terms of a ratio where the denominator is a gain in health from a measure (years of life, premature births averted, sight-years gained) and the numerator is the cost associated with the health gain.<sup>[2]</sup> The most commonly used outcome measure is quality-adjusted life years (QALY).<sup>[1]</sup> Cost-utility analysis is similar to cost-effectiveness analysis. Cost-effectiveness analyses are often visualized on a cost-effectiveness plane consisting of four-quadrants. Outcomes plotted in Quadrant I are more effective and more expensive, those in Quadrant II are more effective and less expensive, those in Quadrant III are less effective and less expensive, and those in Quadrant IV are less effective and more expensive.<sup>[3]</sup>*

### **CUA in health economics**

*In health economics the purpose of CUA is to estimate the ratio between the cost of a health-related intervention and the benefit it produces in terms of the number of years lived in full health by the beneficiaries. Hence it can be considered a special case of cost-effectiveness analysis, and the two terms are often used interchangeably.*

*Cost is measured in monetary units. Benefit needs to be expressed in a way that allows health states that are considered less preferable to full health to be given quantitative values. However, unlike cost-benefit analysis, the benefits do not have to be expressed in monetary terms. In HTAs it is usually expressed in quality-adjusted life years (QALYs).*

Inom Nordeg's arbete med analyser av ekonomisk effektivitet och effekter i över tiden i lokal och regional tillväxt behöver vi förstå hur värdekedjor är uppbyggda över tid och rum. En verksamhet (event eller en kontinuerlig verksamhet som t ex idrottseven i seriesystem) fortplantar sig i kedjor där Markovkedjor är en statistisk beräkningsmetod med också sätt att förstå ekonomisk utveckling och utbredning över tiden och över geografiska ytor.

### **Markovkedja och ekonomiska effekter som ger effekter etc i långa kedjeförlopp**

Varje sektor i en ekonomi är kopplad till andra sektorer där vi kan beräkna graden av påverkan mellan dessa. Tillväxt i ekonomi i en sektor sprider sig till andra sektorer varifrån de sprider sig till nästa etc. I marknadsekonomiska system sprider sig också idéer och innovationer på detta sätt. Måttet på spridning i ekonomi är *elasticitet* (olika typer effekter i pris, efterfrågan etc) som svarar på hur mycket av ett flöde i sektor/bransch A sprider sig och skapar flöde i sektor B.

(enl Wikipedia)

En Markovkedja är inom matematiken en tidsdiskret stokastisk process med Markovegenskapen, det vill säga att processens förlopp kan bestämmas utifrån dess befintliga tillstånd utan kännedom om det förflutna. En Markovkedja som är tidskontinuerlig kallas en Markovprocess.

En Markovkedja som antar ändligt många värden kan representeras av en *övergångsmatrix*. Givet en sannolikhetsvektor, erhålles sannolikhetsvektorn för nästa steg i kedjan av multiplikation med övergångsmatrisen. Flera steg kan beräknas genom exponentiering av övergångsmatrisen. Det är även möjligt att beräkna processens stationära fördelning, det vill säga vad som händer då processen fortsätter i oändligheten, med hjälp av egenvektorer.

Markovkedjor har många tillämpningsområden, bland annat för att beskriva befolkningsprocesser och inom bioinformatik. Resultaten som ligger till grund för teorin om Markovkedjor framträdde 1906 av Andrej Markov.

Denna diskussion förs här för synliggöra komplexiteten i vår analys när den förs ut i alla effektkedjor. När vi t ex diskuterar CO<sub>2</sub>-effekter av golf har vi CO<sub>2</sub>-utsläpp vid:

- Anläggning av banan med maskinutrustningar
- Transporter till och från av material
- Drift av anläggningen, klippare etc
- Golfspelare som kör bil tor
- Mm

Dessa effekter skall ställas mot effekter av alternativa användningar av samma landskap i jord- och skogsbruk. CO<sub>2</sub>- effekterna är olika vid olika odling, betesmark för mjölkproduktion, får etc samt vid skogsbruk. Effekter är i vissa anläggningar mindre genom eldrift i vissa maskiner, fårarbete i spelfältet inkl ruffen mm. Effekterna av golfspelares bilkörning skall jämföras med samma personers alternativa motionsvanor inkluderande bilkörning. Variationen i CO<sub>2</sub>-utsläpp mellan de 450 anläggningarna är förmodligen stor



beroende på att dessa bakomliggande förhållanden är olika. Dessa effektmönster och golfens vintervila i svensk klimatzon leder till slutsatsen att golfspel jämfört med andra sport- och motionsformer varken ger mer eller mindre CO<sub>2</sub>-utsläpp. Framtida noggrannare analyser behövs här.

På liknande sätt är de ekonomiska effekterna komplexa kedjeförlopp. Golfens direkta ekonomi är kostnader (dvs priser för) för anläggningars drift, spelares utrustningar inkl skor etc. Sekundära effekter är kostnader för övriga kläder, för bilkörning, mat och dryck, hotellboende i Sverige etc. Som effekt av detta uppstår också mediakonsumtion inom golf, golfresor i världen etc. Effekter av dessa konsumtionsformer är att företag producerar varor och tjänster och därför skapar jobb som ger inkomster och skatteeffekter och dessa personer (ca 7500 årsarbeten i Sverige) leder till konsumtion av varor, tjänster inkl boende som ger inkomster i nästa led etc. I allt större cirklar. Golfanläggningars drift innebär köp av maskiner, bränslen, verktyg, byggmaterial och underentreprenader - ofta i den nära regionen. Detta bidrar ofta till en diversifierad lokal ekonomi i glesbygder.

### **Hälsoekonomisk utvärdering**

I detta avsnitt vill vi nå fram till hur hälsoeffekter uppnås inom olika sporter och därmed också till möjliga slutsatser om golfens hälsoeffekter. Genom att belysa effekterna av ohälsa i termer av förlorad inkomst, förlorad produktion, vårdkostnader mm kan vi skapa mått på hälsoekonomiska effekter av sådan ohälsa. Om vi därtill kan visa att en sport eller vilka aktiviteter eller levnadsvanor som helst har de effekter att de minskar ohälsa, ger mindre sjukfrånvaroekonomiska effekter och mindre sjukvårdskostnader och förlänger livslängden etc kan vi beräkna att en sport etc har folkhälsoekonomiska effekter. Till detta kommer upplevelser av glädje, meningsfullhet för individen, familj och vämmar.

Hälsoekonomiska utvärderingar syftar således till att ge besked eller åtminstone preliminära värden (hypoteser) om hur stor effekt man kan förvänta sig av en viss insats eller åtgärd som t ex en motions- eller sportform över tiden som görs av individen själv eller i samarbete med vårdpersonal, terapeuter, tränare etc och till vilken kostnad. Med kunskap om olika insatsers dvs i detta fall sporters kostnadseffektivitet ges beslutsfattare därmed ett underlag för hur de ändliga resurserna för konsumenten, föreningen, kommunen eller företaget bör fördelas av dessa så att största möjliga hälsoeffekt nås.

Hälsoekonomiska utvärderingar analyserar beslutsproblem rörande vilken av två (eller fler) alternativa insatser som är mest kostnadseffektiv. Vår analys i golf handlar således om golfens effekter på hälsan jämfört med vad dessa individer hade gjort som alternativ och vilka effekter detta skulle ge. Det görs genom att jämföra insatsers kostnader och konsekvenser, i termer av effekter på hälsa och livskvalitet. Oftast jämförs en ny insats med "ingen insats", d.v.s. sedvanlig förfarande. Resultatet presenteras i regel som en kvot där de inkrementella dvs de ökande kostnaderna divideras med den inkrementella effekten, se box 1. Vi kan föreställa oss att varje individs motion, sport etc ger en viss effekt på denna persons hälsa och därmed på återstående levnadsår. I framtida studier bör de olika sporternas speciella hälsoeffekter belysas för olika individer (dvs konstruerade grupper av befolkningen).

*Inkrementell kostnadseffektkvot av insats A ("ny insats") och B ("ingen insats")*

$$\text{Inkrementell kostnadseffektkvot} = \frac{(\text{Kostnad A} - \text{Kostnad B})}{(\text{Effekt A} - \text{Effekt B})}$$

Ett konkret exempel här skulle kunna vara att en kommun eller en förening överväger 5-10 mkr investering i en sportanläggning och vill- åtminstone överslagmässigt - belysa folkhälsoekonomisk effektivitet av denna investering i några alternativa utformningar. Kvoten skulle då kunna bli större om 8 mkr i motionsspår ställs mot kommunens nuvarande struktur av faciliteter på 4 mkr och samtidigt hälsoeffekterna blir påvisbara ohälsokostnader (långsiktigt) som sjunker från 20 mkr till säg 14 mkr dvs vi 6 mkr bättre hälsoekonomi för 4 mkr i investering (allt annat lika i idealfallet).

I Sverige är det vanligt att hälsoekonomiska utvärderingar genomförs som kostnadsnyttoanalyser med kvalitetsjusterade levnadsår, QALYs, som effektmått. I QALYs sammanvävs livslängd och livskvalitet i ett och samma mått. Beräkningen av QALYs sker genom att varje levnadsår multipliceras med en nyttoväkt mellan 0 (motsvarande död) och 1 (motsvarande full hälsa) som överensstämmer med den hälsorelaterade livskvaliteten för det hälsotillstånd som man ämnar mäta. En stor fördel med denna typ av mått är att det kan användas oavsett typ av insats. Utfallet eller vinsten av olika insatser kan anges i QALYs och jämföras med respektive kostnader – kostnad per QALY. På detta sätt kan olika insatser rangordnas, där den mest kostnadseffektiva har den lägsta kostnaden per QALY.

Olika samhällsinsatser, levnadsvanor eller konsumtionsformer leder till påverkan av hälsa och ohälsa. De olika sporterna och motionsformerna som vi utövar är inbäddade i varandra och i dessa levnadsvanor, sociala och kulturella traditioner, yrkesval mm. Det är sannolikt så att medelålders och äldre golfspelare kvinnor och män ofta har högre QALY redan när de väljer/väljer att fortsätta med golf dvs har en högre motionsbenägenhet. De få men enkla studier i Sverige och internationellt som belyser hälsoeffekter av golf hävdar dock att medelålders och äldre uppnår mer hälsa än samma åldrar i andra levnadsvanor.

En hypotes som prövas i denna analys är att vi åtminstone kan rangordna detta värdeförväntade QALY för golfspelare från "varje" ålder och med en viss mängd golfaktivitet jämfört med andra former av aktivitet och med låg dvs normal genomsnittlig fysisk aktivitet (genomsnittsbefolkningen). Vi rangordnar i denna rapport golfens QALY-värden högt ställd mot andra sporter och väger då även in sannolikheten att ett större antal av individer på säg 50 år kommer att inleda denna motions/sportform för många år framåt.

Vi gör även folkhälsoekonomisk kalkyl som säger att **om vi antar** att 100 000 svenska golfspelare från 50 års ålder till förväntade 80 år dvs under 30 år får 10 % bättre hälsa. Vi utgår från att dessa sänker sin årliga ohälsokostnad (vård, omsorg plus ibland sänkt lön (till 65 år) mm) från *förväntade riksgenomsnittet 35 000 kr* (lägre för åldern 50 år men stigande till 80 år) per invånare och år i detta åldersintervall med 10 %. Vi får då 3500 kr lägre

kostnader för dessa 100 000 golfspelare varje år dvs 350 mkr. För varje individ blir den bättre folkhälsoekonomiska effekten 30 år ggr 3500 kr = 105 000 kr vid 10 % förbättring.

Vid 20 % sänkning av ohälsokostnader för 100 000 golfspelare blir värdet 700 mkr per år.

### 2.3 Sporters nyttovärden generellt - några olika perspektiv

Idrotterna och övriga sporter är svårfångade komplexa samhällsfenomen samverkande och under påverkan från andra delar av samhället. Här görs en kort introduktion om några olika föreställningar och värden som omger verksamheterna i sportsektorn.

Ordet *sport* kommer från fornfranskans *desport* som kommer från franskans *desporter* som betyder tumla runt (i underhållande lek etc). *Idrott* har sitt nordiska ursprung i betydelser som anstängning, idoghet etc ( Raymond Thomas, *Idrottens historia*, Alhambra,1992). Thomas ger en idrottshistorisk och filosofisk bild av sporters/idrotters betydelser i samhället. Vi hittar där de grundläggande olika värdena tidigt i historien som; lek, tävling, spel, slump, ansträngningar, fysisk utmattning, konkurrens, krigsträning, vapenträning, arenaunderhållning, kropps- och hälsostärkande, ungdomsuppfostran, professionella yrken, kommersiella verksamheter, religiösa och ceremoniella verksamheter, sexuella och erotiska funktioner, nationell uppvisning, grupper och städers framhävande av sina styrkor och andra egenskaper. *Vi kan se en multidimensionell semantik och logik som lägger grunder för många funktioner och värden hos sporter i olika samhällen och under olika tidsepoker.*

Vi kan tidigt i vår analys se hur vissa sporter har haft tydliga närmast krigstränande värden historiskt sett (fäktning, brottning, asiatiska kampsporter, skytte, spjut, bågskytte, ridsporter, etc). Andra har karaktär av spel och lek eller tävlingar ibland bara dueller mellan lag (fotboll, golf, dragkamp, lagrodd etc). Ur dessa roller och funktioner skapar varje sport sin unika sammansättning av värden (profil). Vi inser här att alla sporter är på ett väldefinierat sätt *mycket olika i sina funktioner*. Komparativa studier av sporter /idrotter ställda mot varandra som belyser deras olika roller för individer, familjer, samhälle etc är ovanliga för att inte säga obefintliga.

Under senare år har forskning och annan rapportering om olika sporters ekonomiska, sociala och andra nyttovärden blivit mer omfattande. Detta bl a genom att sportens olika sektorer och funktioner kunnat beskrivas mer kvantitativt ( se referenslitteratur i bilaga). Världens sportindustri ses som bestående av ett antal delbranscher som golf, fotboll, hästsport etc som i sin tur är sammansatta av olika delbranscher som skapar verksamhetslogiken i respektive sport och därmed förutsättningarna för de idrottande, sportande eller motionerande människorna i dessa sporter. Sport(idrott) är ett fenomen i samhället sammansatt av flera olika sociala, ekonomiska och tekniska processer och strukturer. Därmed är också perspektiven vi kan utgå från i analys av sport många. Detta gäller varje sport och då även golf. De olika näringar som ingår i sportsektorn kan belysas på följande sätt:

- Sportturism inom närområde och internationellt
- Sportutrustningar

- Sportbeklädnad
- Amatörsporthandets alla föreningar och resurser
- Professionell sport alla föreningar, företag och resurser
- Rekreation, friluftsliv
- Sport i skolor
- Sportadministration i kommuner
- Sporters marknadsföring & media
- Sporttjänster för sponsorer, agenter etc
- Sporternas förbund och institutioner i övrigt

*Från Fundamentals of Sport Marketing,( Pitts, Stotlar 2007) anpassat till Sverige av BA Larsson*

Till näringsperspektiven kan vi foga kroppsliga, psykologiska, sociala, kulturella m fl funktioner. Även fysiskt utövande och dess effekter i folkhälsa som motion, medicinsk rehab etc liksom sociala effekter i samhället, samverkan i föreningar, klubbar och andra nätverk.

Den mångdimensionella och komplexa bild vi kan se i varje sport innebär också att det fordras många perspektiv i vår analys och mätning av sporters betydelse dvs effekter på människor, samhället olika delar och funktioner och naturens olika system. De fortsatta kapitlen försöker beskriva de viktigaste av sportens och då i detta fall golfens olika effekter och värdena på dessa effekter.

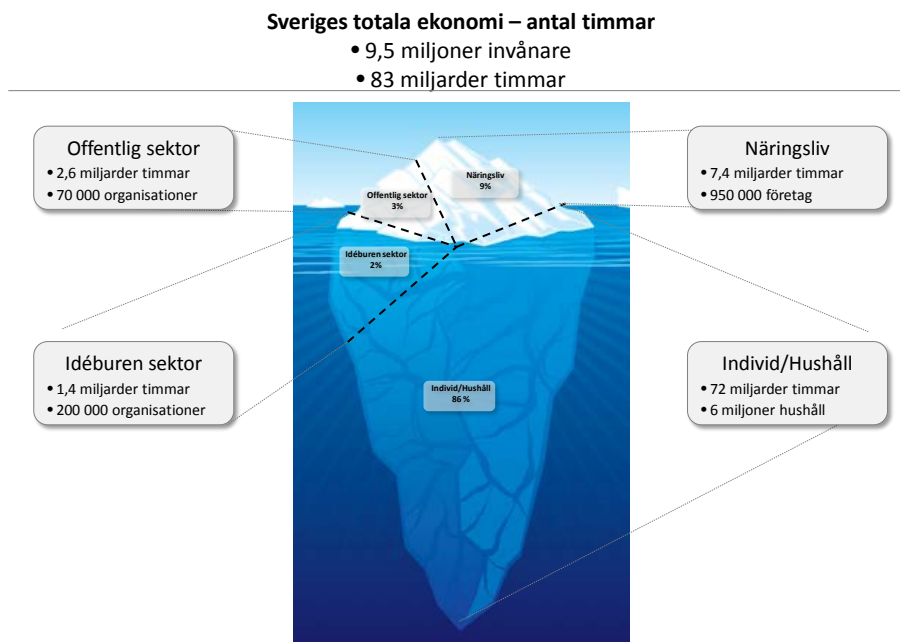
### **3. Sportsektorn som en del inom leisure & pleasure industry dvs ”fritidsindustrierna”**

#### **3.1 Sportens nationalräkenskaper, BruttoNationalProdukten (BNP), satellitkonton , formell och informell ekonomi mm**

Här definierar vi hur de ekonomiska värdena inom och runt golfsektorn kan beräknas? Som i alla sporter eller vilka branscher som helst krävs en sammanläggning av flera näraliggande branscher för att en sport skall innehålla alla funktioner som krävs i form av produkter, anläggningar och tjänster. Fotbollsspelande består av spelare (betalda på elitnivå),ledare, domare,läkare, ordningspersonal, bollar, planer, skor, kläder, läktare, inresande publik, massmediabevakning, reklamintäkter ,mat och dryck. Ett funktionellt system som skapar så bra verksamhetsprocesser som de kan givet resursramarna. Värdeskapandet i en sektor eller bransch består således av det som produceras inom kärnverksamheten ( där utbud och efterfrågan sker under branschens beteckning) **plus** de omgivande sektorerna som helt eller nästan helt möjliggör själva kärnverksamheten och den önskade kvaliteten i förhållande till intäkter och kostnader. Alla verksamheter kan beskrivas som ekonomiska system och varje sport består av ett stort antal sådana mikroekonomiska system som kan summeras till makroekonomisk nivå för den sportens partiella BNP och alla sporters sammanlagda BNP. En

speciell egenskap i sportsektorn är dess förmåga att inordna det frivilliga arbetets timmar, kompetenser, teknik etc inom den formella ekonomiska sfär som skapas. Studier inom IEC visar att skuggvärdet hos dessa insatser ofta överträffar de formella monetära insatserna av betalda personer, de betalda leverantörerna respektive kommunernas faktiska subventionerade kostnader för användning av dess anläggningar ( Studier inom IEC av Vasaloppet, Lundaspelen, LISA i Landskrona 2013). "Vanliga" branscher i näringslivet innehåller endast en liten andel frivilliga och obetalda timmar och då främst genom ägarnas egna arbete under de flesta av veckans alla timmar. Om vi således hade beräknat frivilligarbetets timmar i sportverksamhet hade vi kunnat notera en större BNP i sport i t ex Sverige än de ca 2 % (70 mdr skr) som nu gäller . Den totala obetalda och icke prisberäknade timmängden i sport kan vi här som ett pedagogiskt exempel kalkylera grovt med att alla medborgare i åldern 3 år och uppåt utför i genomsnitt 3 tim per vecka dvs 150 tim per år som vi värderar här till 150 kr per timme (i nytta för olika parter i samhället) vilket ger ett årligt totalt "skuggBNP för sport" på 9,4 milj ggr 150 tim ggr 150 kr per timme = 210 mdr skr ( motsvarar 6% av nuvarande BNP) . Detta att jämföra med den formella sport-BNP som de flesta studier fastställer till 70 mdr som är 2% av BNP. Detta fenomen kan för övrigt liknas med alla de timmar som individer lägger ner i sina studier och forskning eller i kulturskapandet träning och utveckling som inte heller beräknas inom det system som BNP utgör. Sportsektorns underbyggnad av ( inbäddning i) denna stora sociala ekonomi (socialt, kulturellt och kunskapskapital) är en viktig utgångspunkt i förståelsen idrottens och övriga sportsektorns värden, samhällsbetydelse och ekonomi.

*BNP, bruttonationalprodukten till marknadspris är det slutliga resultatet av produktionsaktiviteten hos inhemska produktionsenheter. Den kan definieras på tre sätt: som summan av förädlingsvärden brutto för de olika institutionella sektorerna eller de olika branscherna plus produktskatter minus subventioner; som summan av inhemska institutionella enheters slutliga användning av varor och tjänster (konsumtion, bruttoinvestering, export minus import); som summan av användning i kontot för den totala ekonomins inkomstbildning (löner och kollektiva avgifter, skatter på produktion och import minus subventioner samt driftsöverskott brutto och sammansatt förvärvsinkomst brutto). (ENS 1995 8.89.)*



### 3.2 Turism, besöksnäring, import, export och sportens nationella avgränsning

Sportsektorn inom Sverige stimuleras av och -i många fall - skapar sin sportverksamhet genom utbud av varor, anläggningar och tjänster som blir anledningar till turism inom landet och internationellt.

Satellitkontot för turism (Tourism Satellite Account, TSA) är ett statistiksystem där resandets ekonomiska betydelse och verkningar beskrivs mångsidigt och täckande. Systemet har utvecklats i samband med ett omfattande internationellt samarbete och som ett resultat av det antog FN, WTO (World Tourism Organization), OECD och EU år 2000 en rekommendation om satellitkonton för turism. Om satellitkontot för turism används också namnet redovisning av resandet.

*Utdrag ur Debatt, Anna Wilson, den 27 september 2012 .*

***Turismen( besöksnäringen) står för 9 procent av den globala sysselsättningen och för en lika stor del av den ekonomiska aktiviteten i världen.***

*Sverige har under senare tid lyckats väl med att locka turister. Idag omsätter turismen nära 255 miljarder kronor i Sverige och bidrar med över 160 000 arbetstillfällen. Här, liksom i omvärlden, fyller turismen inte bara en viktig samhällsekonomisk funktion, utan också en social roll. Anledningen är att många instegsjobb skapas inom turismsektorn, som erbjuder möjlighet för inte minst ungdomar att få tidigt fäste på arbetsmarknaden. Jobbskapandet runtom i landet tjänar mycket på att vi kan hävda oss i kampen om turisterna. Därför måste vi främja smidiga resor till Sverige genom att rusta upp*

*transportkommunikationerna – inte minst för flyget. Eftersom turismen är så viktig för många utvecklingsländer, skapar den också bättre förutsättningar för upprätthållandet av mänskliga rättigheter. Turismens fördelar är tydliga, men samtidigt finns också en kritik mot ökade utsläpp inom turismsektorn. I sammanhanget är det dock viktigt att påminnas om att detta beror på att turismen utgör en växande del av den samhällsekonomiska kakan, inte att sektorn i sig skulle vara ovanligt skadlig för miljön. Det FN-organ som ansvarar för turismen beräknar att de samlade utsläppen från näringen – inklusive alltifrån flygresor till bilresor och hotellvistelser – totalt står för 5 procent av de globala utsläppen av växthusgaser. Men då ska vi komma ihåg att turismen står för nära dubbelt så stor andel av den ekonomiska aktiviteten och antalet arbetstillfällen globalt. Således är turismen, inräknat de transporter via framförallt bil och flyg som är associerade med den, relativt klimatsmart. Flygbranschen är samtidigt den enda internationella bransch som enats om långsiktiga globala klimatmål. Detta medför bland annat halverade utsläpp fram till 2050, genom exempelvis ny teknik, biobränslen och effektivare flygvägar. Forskningen visar att priset på resor och hur smidigt resor kan ske är av avgörande betydelse och i sammanhanget är det värt att påpeka att ungefär 64 procent av de utländska besökarna i Sverige anländer via flyg. I framtiden kan förhoppningsvis turismen spela en ännu viktigare roll för jobbutvecklingen i Sverige, inte minst bortom storstäderna där efterfrågan på nya arbetstillfällen är stort. Vi vet att en förutsättning för att Sverige ska vara attraktivt för turister, inte minst från dem som inte kommer från våra direkta grannländer, är att direktflyg existerar. En bromskloss för turismens utveckling är de mycket begränsade samhällsinvesteringar som politikerna gör i den infrastruktur som behövs för flygkommunikationer. Den privata sektorn investerade under 2011 över 6.5 miljarder i turistnäringen, men för att dessa investeringar ska ge avkastning i form av arbetstillfällen och skatteintäkter måste vi ha fler besökare till Sverige, hela Sverige. För att stimulera framväxten av nya möjligheter inom turismen måste fokus ligga på smidigare och billigare, inte krångligare och dyrare, resor behövs om Sverige ska bli en vinnare i den globala kampen om turismen.*

Turismen som helhet dvs både inhemsk och till och från andra länder kan delas in i affärs-, sport-, sol/bad-, natur-, vetenskapskonferens- och ytterligare ett antal delbranscher inom -turism. Hela sektorn växer med ökande BNP och medborgarnas ökade köpkraft i allt fler länder och snabbare än BNP-tillväxten dvs den ökar sin andel av alla resurser i samhället. Med 9 -10 % av all ekonomisk BNP i världen ( världens BNP är ca 400 000 mdr skr) omfattar sektorn ca 40 000 mdr skr. Sportturismen ökar starkt och kan bedömas uppgå till 2-3 % av all sport-BNP dvs 2-3 % av 6000- 7000 mdr skr dvs 120-180 mdr skr ,beroende på hur

avgränsningar skall ske mot annan rekreation som bad, båtsport respektive om hur mycket vi inkluderar boende ,mat, dryck och shopping. Med en vidare gränsdragning kan *besöksnäringars sportverksamhet* inräkna stödaktiviteter och inducerade ( effekt av effekter i långa (markov)-kedjor vid publikdeltagande eller fysiskt deltagande vid sportevenemang, bad, vandring, skidåkning, båtsport, golf etc. Dessa aktiviteter bedömas omfatta 25-35 % av all besöksnäring dvs 15 000 mdr skr per år ( IdrottsEkonomiskt centrum, 2013). Av detta räknas i vissa studier en stor del till själva sportsektorn och då definieras den i t ex EU att omfatta 3 % av BNP i unionen ( EU,2012).

Vi använder dock i denna studie beräkningen på världens sport BNP till 6000-7000 mdr skr.

### 3.3 Fritidssektorns upplevelsenärningar – summering av alla dessa

Sportsektorn definieras som en global bransch inom sport och med näraliggande branscher med nära anknytning till sport (flera av dess branscher är miljardstora branscher bara inom sport). Här visas inledningsvis en grov bild av hela **leisure and pleasure industry** dvs vad vi kan kalla upplevelsebranschen ( fritidsbranscherna som helhet) allt räknat i partiell BNP ( Brutto NationalProdukten) per år. Golfporten är en aktivitet och upplevelse av flera hundra olika fritids- och upplevelsesektorer som konkurrerar om konsumenters och massmedias intresse. Här är grova beräkningar av de årliga konsumtionen och produktionen i världen och i Sverige.

*Fritidssektorn utöver sport och idrott* består av hobbyssysslor i hem och trädgård, friluftsliv, bilskötsel, jakt, fiske, bärplockning, båt- och sjöliv, camping, natur- och fjällvandring, skidåkning utom skidsporter mm. Sektorn är ytterst svår att beräkna och avgränsa. IEC bedömer den till 12 000 – 13 000 mdr skr i världen ( ca 3 % av världens BNP 450 000mdr skr (2012)) och till 100-120 mdr skr i Sverige ( ca 3 % av landets BNP på 3600 mdr skr (2012))

*Sport- och idrottssektorn* : Stora sektorer i ekonomiska mått är fotboll, hästsport, golf, alpin, segling och motorsporterna var för sig miljardbranscher. Arenor, utrustning, sportbeklädnad,sportresor och sportmedia ingår. I världen är sektorn ca 6000 mdr skr ( 1,7 % av världens BNP) och i Sverige ca 65-70 mdr skr ( 2 % av landets BNP).

*Upplevelsesektorn definierad som nöjesfält, djurparker etc* : Denna bedöms helt överslagsmässigt till ca 400-600 mdr skr i världen och i Sverige till ca 4-5 mdr skr

*Musik* i alla former, rockfestivaler, musikförsäljning, media beräknas till 2000-3000 mdr skr i världen och ca 20-25 mdr skr i Sverige

*Biografer, internet, mobiler, spel* växer mycket snabbt kan beräknas till 4000-5000 mdr skr i världen och ca 45-55 mdr skr i Sverige.

*Övr kultursektor* med teater, museer, bibliotek mm kan beräknas till 1500-2000 mdr skr i världen och 15-20 mdr skr i Sverige



*Upplevelseekonomi vid mening definierad på detta sätt är ca 28 000 mdr skr i världen och 280-300 mdr skr i Sverige vilket är 7-8 % av BNP per år i världen och Sverige.*

*Sportsektorn är således enligt detta synsätt 20 % av alla kostnaderna för upplevelser och fritids/underhållningsaktiviteter i världen och i Sverige.*

Sammantaget tecknar vi nu en bild av the sport industry som en dynamisk tillväxtbransch såväl i Sverige som globalt och som består av olika samhällseliga fenomen men med en allt större samhällsekonomisk tyngd som ett framträdande drag. Dess BNP-storlek är om vi beräknar den enligt de metoder som Europarådet använder, 60-70 mdr skr i Sverige (2 % av BNP) och för den globala BNP inom sport industry enligt IEC`s beräkningar 5-6000 mdr skr varav 1800-2000 mdr skr i USA, 700 mdr i Japan, 450 mdr i Tyskland och totalt i dagens EU ca 2000 mdr.

I Sverige arbetar definierat på detta sätt 100 000-110 000 årsarbetare i sportbranschen och i världen ca 10-15 milj årsarbetare ( i verkligheten fler personer räknat i deltids- och projektanställningar)

Det nya och ibland utmanande perspektivet på idrott och sport i Sverige är således att den inte bara är en frivillig folkrörelse med 20 000 föreningar och stödjande förbund eller en offentlig uppgift med statsbidrag via RF och med 290 kommuner som driver en mängd fritids- och idrottsanläggningar. Den är också en sektor med privat konsumtion, investeringar från andra aktörer än kommunerna, med export och import (även export av tjänster i form av internationella idrottsstjärnor där Sverige är mycket aktivt) och med flera tusen privata företag som helt eller till stor del säljer tjänster, anläggningar och produkter till idrott och övrig sport. Tillväxten varje år är enligt IEC`s bedömning större än BNP-tillväxten. Vid dagens BNP-tillväxt på 2-3 % tolkar vi tillväxten i sportsektorn till 4-5 % dvs den ökar sin andel av BNP år för år. Antalet företag, firmor, enskilda näringsidkare (med F-skattesedel) i Sverige som arbetar i sportbranschen kan bedömas till mer än sin andel 2 % av BNP. Vi anger här antalet till ca 18 000 med dominans av småföretag/försörjningsföretag som drivs av elitidrottare, tränare, funktionärer etc. Här finns också en del av sportbranschens problematik med ojämna, osäkra inkomster och oklara skatteregler- ett problem som inte diskuteras i denna PM men som kräver bättre lösningar än de vi ser idag.

Produktionen av fysiska sportprodukter i Sverige var fram till 1970-talet bred i flera branscher (metall, plast, trä, textil), riktades mot de flesta sporter och var regionalt utspridd. Konsumentvaruindustrin kom emellertid att till stor del slås ut i Sverige under industrins omvandling och koncentration till producentvaror och maskiner, råvaror och fordon. Det berodde ofta på att sportföretagen var små med internationella mått (det fanns t ex flera svenska tillverkare av skridskor, skidor, bollar etc) och dålig svensk kompetens i konsumentvarumarknadsföring, särskilt internationell sådan. I andra avancerade industriländer skedde inte en lika stark utslagning utan vi kan fortfarande se ett stort antal innovativa sportproduktföretag i USA, England, Tyskland och Japan. Produkternas fysiska produktion sker oftast i Kina, Indien etc men ägande av varumärken, utveckling, design, marknadsföring mm finns i de ledande industriländerna och särskilt USA. Tjänsteföretag som arbetar som agenter, jurister, affärskonsulter, med sponsring, reklam och framför allt

mediaföretag med många anställda i sportbevakning etc har vuxit fram men även här domineras världsmarknaden av stora internationella företag. Denna obalans dvs att Sverige ännu inte har utvecklat särskilt många företag med globala varumärken, byggföretag som internationellt bygger arenor, utför internationella konsulttjänster, utövar sjukvård och rehab inom sport, sänder sport i TV internationellt etc bedömer vi kommer att förändras i takt med ökat nyföretagande och genom att denna attraktiva bransch förhoppningsvis drar till sig innovatörer, entreprenörer och riskkapital. Vi tror också att en sådan kommande utveckling kan stimuleras och därmed påskyndas.

Sportsektorn är sammansatt av flera olika delsektorer vilket illustrerar hur vi definierar sektorn:

*Idrottsföreningarna*

*Metoder för ledning, management mm,*

*Utrustningar, redskap (hästsport, båtsport, motorsport etc).*

*Anläggningar, inredning, teknik i anläggningar ägda av kommuner eller andra aktörer*

*Media, IKT-system, TV-teknik, Marknadsföring.*

*Kläder, skor, andra sportartiklar.*

*Mat och drycker för träning, vila och tävlingstillfällen.*

*Fysiologi, medicin, rehab etc. med inriktning på olika sporter.*

*Sportturism, natursporter, boende, träningscamps .*

*Transporter, fordon, släp etc. för olika sporter*

*Spel, på arenor, i butiker, på arenor, via internet etc.*

*Försäkringar, säkerhets- och trygghetsteknik mm i sporter*

*Energiförsörjning, speciell produktion och distribution inom olika sporter (förnyelsebar energi mm).*

*Finansiering, bankservice, betalsystem mm inom olika sportbranscher (golf, alpint, segling etc).*

*Grossister, detaljister, e-handel inom sporter.*

*Tränare, coacher, ledare i alla sporter, deras utbildning, fortbildning, tjänster. Agenter, rådgivare, finansiell och karriärplanering för unga tävlande och elit.*

Under senare år har det etablerats metoder för en godtagbar analys av sportsektorns ekonomi i nationalekonomiska termer (makroekonomiska). Redan på 90-talet arbetade Europarådet dock med fråga under Sports Council i Strasbourg. Där bildades en kommitté ”The Committee on

the Economic Significance of Sports” redan 1990. Björn Anders Larsson var Sveriges representant i denna grupp och under tre år arbetades där med definitioner och slutsatser om sportens ekonomi. Man kunde på ett hyggligt sätt fastställa gränssnitten mellan sport och kringliggande näringar och vad som skulle inkluderas i sportsektorn (sportnäringen, sportbranschen). Vi tydliggjorde också motionssektorn och friluftslivets Vi kunde konstatera att sportredskap, skor, anläggningar med service och deras specifika och allt större resurser (alpinsport, båtsporter, hästsport, motorsport t ex) , resor, boende, massmedia inom sport etc skapar många tjänster vilket ger kostnader för sport men också många jobb inom denna samhällssektor. Senaste åren har *Westerbeek* (NL/AUS) framträtt som internationellt ledande ekonom i detta arbete. IEC har haft kontakt med den kontinuerliga metodutvecklingen under två årtionden och kan numera jämföra med och lära av motsvarande ekonomiska beräkningar för den näraliggande branschen *besöksnäringen*. Där finns nu försök inom nationalräkenskaperna med sk *satellitkonton* (näraliggande olika delbranscher som restaurang, olika transportslag, restauranger etc). Senare års litteratur i marknadsföring har nu vidgat analyserna av sport till att omfatta ett femtontal delsektorer och i USA beräknas då sportsektorns Gross Domestic Sports Product (GDSP) till 3000 mdr skr ( enligt David K.Stotlar i *Developing Successful Sport Marketing Plans*, 2009 som refererar till en mätning av *Plunkert Research*, 2007). Detta motsvarar exakt Sveriges BNP och 3 % av USAs BruttoNationalProdukt (BNP). I en annan beräkning inom EU anges sporten med olika delbranscher omfatta 4 % av EUs ekonomi ( [www.eu.com](http://www.eu.com)). I analyserna nedan arbetar vi med 2 % -definitionen av vad som ingår i sportsektorns ekonomi och därmed dess lönebetalda verksamhet.

Det är intressant med sportsystemets gränser. Hur skall vi räkna?

Se här ett utdrag ur rapportförfattaren av många recensioner av sportlitteratur från USA och där världens sportsektor synliggörs. Matthew T. Brown, Daniel A. Rascher, Mark S. Nagel, Chad D. McEvoy , *Financial Management in the Sport Industry* (2010):

*In Chapter 1 the authors discuss the overall economics of the sport industry and different definitions of where the boundaries should be drawn to other industries. This discussion ends up to a calculation of the size of the industry. Direct activity in sports entertainment and recreation, sport products and sport support organizations counts to 150 billion dollar by 1997 (Meek) and with secondary activity included 260 billion. These values correspond today 14 years later to the volume 280 respective 450 billion if we calculate with a growth of 4 % per year in the sport industry. Other estimates give us lower values. My organization IEC calculate the US sport industry 2010 to 2-3 % (depending on definitions) of the US GNP which means 300 or 450 billion.*

*Compare this with the calculations in David K. Stotlar , Sport Marketing Plans , 2009, where the first chapter describes the sport industry and confirm several other measurements the last three years on the size and structure of the sport industry in USA. The sport industry produces and consumes according to Stotlar a partial GNP (Gross National Product) of \$410 billion ( 2007) This compared to Sweden which is roughly 1/33 of the US economy and population gives us the estimate we already have on 65-70 billion SwCrs GNP in Swedens sport industry*

*and the same proportional size in other Nordic countries. Stotlar concludes that “ sport .. ranking it among America`s largest industries”. Sport industry calculated in this way creates 2 % of the US and the Nordic economies measured by GNP.*

Världens samlade sport växer snabbt och är för närvarande mätt som partiell BruttoNationalProdukt 6000-6500 mdr skr. De moderna (post)industriella nationerna dominerar men flera olika sporter ( som fotboll) växer snabbt i de nya tillväxtländerna. Sportsektorn utgör då ca 1,8 % ( Westerbeek mfl,IEC 2013) av världens hela BruttoNationalProdukt,BNP som är ca 380 000 mdr skr (2012 ,Nordeg) . USA`s BNP svarar för ca 100 000 mdr av världens BNP skr och ca 2000 mdr skr av världssporten dvs ca 1/3 av denna världssport. USA`s fortfarande höga andel förklaras av de professionella sporternas mycket stora ekonomier med sina anläggningar, massmedia, reklamfinansiering och professionella löner men också av hög konsumtion av sportkläder, utrustning, mediaköp och biljetter hos medborgarna. Mönstren är att årlig konsumtion per capita ( 6000- 7000 kr per invånare i alla åldrar i snitt) är desamma i vårt norra Europa och Japan, Australien och några nationer till. En perspektivbild av sporter är att de ses främst eller enbart skall som en del av *the leisure&pleasure industry* och att de olika aktiviteterna och konsumtionen i dessa substituerar varandra. Endast hushåll med höga inkomster deltar med aktivitet och konsumtion på nivån 30-50 tkr per hushållsmedlem och år samtidigt i t ex den i t ex i Sverige många hushåll typiska kombinationen med golf, 2-3 alpina skidresor och båtsport med egen segel- eller motorbåt

Sportindustrin i världen bedrivs i anläggningar för sport och ute i övriga urbana och rurala miljöer. Om anläggningstätheten i världen vore som i Sverige med 86 000 st från basketställen på en grusplats till de stora arenor får vi ett genomsnitt på 9 anläggningar per 10 000 invånare. Sådan anläggningstäthet finns troligen bara i norra Europa, Nordamerika och Japan.Stora delar av Asien och Afrika har sannolikt täthetstal på 1/10-del av detta dvs 1 per 10 000 invånare.

Vi bedömer tätheten i genomsnitt i världen till intervallet 3-5 anläggningar olika sporter per 10 000 invånare dvs 2- 3 miljoner st anläggningar. Värdet skulle kunna bedömas till lägre än Sveriges anläggningar i snitt som är ca 500- 700 000 kr ( 50-80 mdr skr totalt) men kanske 300 000 kr per anläggning. Då blir det sammanlagda kapitalet i världens sportanläggningar ca 6000-8000 mdr skr (IEC 2013).

Sportsektorn i världen (2013, IEC's beräkningar) ,mdr skr

Offentlig konsumtion netto efter avgifter (löner, lokalhyror, material).	600 mdr
Privat konsumtion av kläder, skor, utrustning, resor, boende, avgifter.	5400 mdr
<b>Summa total konsumtion leder till följande produktion, imp-exp</b>	<b>6000 mdr</b>
Produktion av sportverksamhet från offentlig sektor brutto.	600 mdr
Produktion av sportverksamhet från 1,5- 2 miljö föreningar, arenabolag etc. brutto.	500 mdr
Produktion i företag minus export av varor, tjänster = tillförsel Sverige	4900 mdr
Export av varor och tjänster	1000 mdr
Offentliga investeringar i sportanläggningar	100-200 mdr
Privata investeringar i sportanläggningar	500-800 mdr

#### 4. Golfsektorn i världen

Golfsporten är en mycket stor sport globalt sett. Det gäller alla makromått; deltagarmässigt, publikt (inkl massmedia) och ekonomiskt (inkl anläggningar). Den har stor betydelse i flera andra avseenden t ex socialt, folkhälsomässigt, kulturellt, landskapsmässigt och ekonomiskt. Dess ekonomiska effekter finns i flera omgivande sektorer: leverantörer av utrustningar och kläder, byggande och ägande av anläggningar men också resor, boende, mat och dryck. Den fick historiskt sett sin utveckling med start i Skottland i enkla naturanpassade spelformer där medelinkomstgrupper kunde delta. Det följdes av alla de brittiska öarna i vissa sociala och kulturella grupper. Därefter en snabb expansion i Nordamerika med tusentals anläggningar både privata och kommunala. Kostnader för spel i USA kunde tidigt hållas nere på de enkla banorna och antalet spelare ökade snabbt. Expansionen fortsatte i Västeuropa och de senaste 30 åren i alla övriga världsdelar. Mönstret i denna spridning har förklaringar i kulturell och ekonomisk globalisering och golfsporten har här haft en gynnsam kombination av egenskaper

och samband med andra samhällssektorer som t ex resenäringen och det globala näringslivets livsformer i arbete och fritid.

### **Golfens storlek, antalet aktiva och resurser i världen**

Golfsektorn är en av världens största sporter ur ekonomisk synvinkel. En förklaring till den ekonomiska storleken är att sporten till helt dominerande del utförs på stora arenor och ofta med betydande investeringar i markarbeten och byggnader. Konsumtionen av kläder och utrustning i övrigt räknat per aktiv spelare är likvärdig med andra sporter i de moderna utvecklade ekonomierna.

Antalet aktiva spelare i världen kan som en inledning här beräknas till 45-55 milj (beroende på hur medlemmar i klubbar ses som "aktiva") och den samlade globala årliga BNP ( BruttoNationalProdukten) som består av all produktion av varor och tjänster i sektorn där BNP mäter värdeökningen i kedjan) för golf kan bedömas (IEC 2013) vara 300-400 mdr skr med värdet årlig konsumtion per golfspelare ( 6000 kr - 8000 kr) som är högt genom att dessa värden är höga i USA och Japan. Dessa värden analyseras i kommande avsnitt nedan. Osäkerheten kommer ändå att bestå eftersom gemensamma definitioner och avgränsningar saknas om vad som skall räknas in eller har räknats in i de data som de olika aktörerna publicerar. Men vi börjar med en helhetsbild av golfen i världssporten.

Golf utgör därmed 5 % (4- 6 % ) av världens samlade sportsektors BNP som uppgår till 6 000 mdr skr per år ( Westerbeek, Larsson 2013 m fl). Stora resursintensiva sporter i USA dominerar med sin andel på nära 40 % den samlade BNP i världssporten (se IEC, 2011). De ännu större USA-sporterna amerikansk fotboll, baseboll, basket och hockey – alla större än golf i USA-bidrar till att USA når ca 2300 mdr skr i BNP (IEC 2012) . Fotboll (soccer) är den enda världssport som inte (ännu) är stor i USA mätt i ekonomiska termer men trots detta störst i världen med total BNP på ca 600-700 mdr skr ( arenor, massmedia och stor publik ger höga tal för kostnader och investeringar).

Vi kan i det följande beräkna följande ( European number of golf players, KPMG 2012-02-07) antal golfspelare i olika länder avseende 2011.

Golfporten i Nordamerika och Europa har senare år inte haft samma snabba tillväxt som under perioden 1970-2005. Däremot växer antalet klubbar, banor och utövare snabbt i olika delar av Kina, Sydkorea och södra Asien.

Antalet anläggning definierar hur många spelare som finns totalt och i respektive nation. Totalt finns 29 000- 30 000 banor dvs anläggningar( med 9,18,36-banor) som i genomsnitt betyder 1700-1800 spelare per anläggning.

***Global business of golf ( 2011) beskriver den totala industrin på följande sätt:***

- **Three largest markets are US, Europe and Japan**
- **Global industry creates *revenues* (bruttointäkt) of \$300bn ( 1 900 mdr skr)**
- **Industry employs 3.5 million people**
- **There are 32,000 courses worldwide**
- **The sport is played by 55 million people in more than 100 countries**

## USA och avgränsningar och nyckeltal för värdemätningarna

Golfsektorn i USA med 26 milj spelare (2012) och deras 16 000 anläggningar följs med vissa nationalekonomiska nyckeltal sedan 2005. Vi gör i denna rapport motsvarande bestämningar av Europas och Sveriges golfsektor. Se här [www.wearegolf.org](http://www.wearegolf.org) och dess data om golfens ekonomiska effekter på samhället.

*Since its emergence as a major spectator sport in the 1920s, the game of golf has provided lifelong recreational opportunities and enjoyment for millions. Beyond its sport and recreational value, golf is a major industry that generates jobs, commerce, economic development and tax revenues for communities throughout the country. The total economic impact of golf in America in 2011, including direct, indirect and induced impacts is \$176.8 billion. Total size of the golf economy nationally in 2011 is \$68.8 billion up from \$62 billion in 2000. Total wage income nationally is \$55.6 billion. The golf industry is responsible for 2 million jobs in the U.S.*

*Golf 20/20 Reports on the industry :*

*In 2005, along with research partner SRI International, GOLF 20/20 developed a template with which individual states can affordably quantify golf's impact on their economy. To date more than 25 states have completed a state economic study, and the resulting reports have been successful in establishing **golf as a critical cog in the state's economic engine**. Golf-related media, including books, magazines, video games and DVDs, totaled \$523 million for the publishing industry in 2011. Golfers bought \$5.6 billion in golf supplies in 2011. The golf industry produced \$20.6 billion in travel expenditures in 2011*

Tillväxten i antalet spelare, bruttointäkter och antalet banor var således hög fram till 2005 då intäkterna var 76 mdr \$ ( golfnäringar plus kringnäringar som boende, transporter, mat, dryck ) eller 490 mdr skr med 26 milj spelare . Det motsvarar 18 800 kr per spelare och år. Andelen för golf av all sport BNP i USA (som är ca 2 300 mdr skr) är då med denna beräkning mycket stor och vi gör här en del kontroller av nyckeltalen för att komma fram till ett med Sverige och övriga Europa jämförbart värde.

Den ekonomiska krisen med start 2008 ledde till minskning till 69 mdr \$ bruttointäkter med 26 milj spelare ( 8 % av invånartalet mot 4,5 % i Sverige) (en gång per år eller mer) på 15 751 anläggningar dvs nyckeltalet således blir 1600 olika spelare per anläggning och år.

Den totala ekonomiska (inducerade) effekten av golf bedöms till 177 mdr \$ vilket gav 1,98 milj årsarbeten varav 30- 40 % jobb inom golfanläggningarna ( ger då 40-50 årsarbeten per anläggning). Mätproblemen med avgränsningar till kärnverksamheten golf därefter till stödtjänster till detta och därefter de effekter som induceras mer eller mindre i andra sektorer i samhället ger en mycket stor beräknad ekonomisk omfattning av golfen. Problemet är här att vi med inducerad effekt i en annan sektor inte beräknar det då minskade ekonomiska flöde från golf som "blandas " i den studerade avlägsna sektorn. Kanske finns också i de nämnda beräkningarna olika deltidsjobb inräknade och visstidsjobb över del av året mm i just kärn- och sekundärnäringarna men som heltidsjobb. Detta kan leda till överskattning av antalet jobb. Om säg 70 % av intäkterna skall betala löner på i snitt 300 000 kr får vi 0,7 ggr intäkterna 490 mdr dvs 340 mdr skr och då räknar vi fram ca 1 miljon årsarbete i kärn – och



näriliggande sektorer vilket visar de ekonomiska effekterna av golfen som näringsgren och arbetsmarknad. Partiell golf- BNP skulle kunna med stöd av vissa nyckeltal kunna beräknas vara mycket höga 1200 mdr skr räknat som 2 milj årsarbeten ggr 600 tkr i BNP per årsarbetare (SCB 2012). Räknat på detta sätt skulle utgöra golfsektorn 1,1 % av USAs BNP dvs 1100 mdr skr och synes vara en kraftig överskattning och detta sätt att räkna skulle innebära att vi måste räkna andra sporter på liknande sätt och därmed erhålla en betydligt större världssport. Vår bedömning är att antalet årsarbeten på de 16 000 anläggningarna och med 1600 (därav 500 mer lågfrekventa) spelare per anläggning är 10-14 personer ( t ex kan det betyda 20 personer när anläggningen har hög golfaktivitet). Det ger ca 170 000-220 000 årsarbeteten på anläggningar och om vi antar ungefär lika många jobb i andra golfnäringar mm ( satellitkonton med kopplad efterfrågeelasticitet) får vi 340 000- 440 000 årsarbeten vilket betyder ungefär en golf-BNP på ca 170 – 200 mdr skr (golfen är ekonomiskt sett större per capita i USA med dyrare avgifter, högre konsumtion av utrustning och resor etc. än i Sverige). USA´s golfdeltagande av befolkningen är 8 % och med högre konsumtion per spelare mätt i årliga utlägg. Det skulle i Sverige motsvara mindre än den befolkningsmässiga kvoten 1/30 ( Sverige 9,6 milj och USA över 300 milj invånare) av denna golf- BNP. 1 /30 av USA´s 170-200 mdr skr i Sverige betyder 5,7 - 6,7 mdr skr.

I jämförelse med Japan nedan som har högre BNP per capita än USA kan vi se att Japan har en partiell golf-BNP på 72 mdr skr (2012 enl IEC) på 9 milj spelare. Det skulle med samma per capita värden ge en golf-BNP på 210 mdr skr i USA. Vi antar härmed tills vi kunnat avstämna med andra studier ett korrigerat värde på ca **190-210 mdr skr i golf-BNP i USA.**

USA´s andel 190-210 mdr skr av världens golf- BNP 380-440 mdr skr blir med denna beräkning ca 50 %. Med 26 miljoner spelare i USA mot världens totala antal spelare 55 miljoner verkar relationerna i golf- BNP rimliga. BNP-tillskott per spelares konsumtion och år i USA blir med dessa värden ca 14 000-16 000 kr. Detta – om bedömningen är riktig- illustrerar utöver de primära kostnaderna 4-6000 kr ( medlemskap, greenfee, golfutrustningen, viss beklädnad), sekundära kostnader 3-5000 kr ( transporter,mat,dryck,golfmedia, annan beklädnad för detta) och tertiära kostnader 4-7000 kr ( media,utlägg som publik vid elitävlingar, längre golfresor).

De olika konsumtionsposterna motsvarar golfindustrins produktion dvs utbud både lokalt,regionalt,nationellt och globalt ( massmediesända US Masters etc) men också de investeringar som sker i golfindustrin ( med dessa avkrivningar och underhåll). Utrustning som klubbor, bags, bollar och skor men också övrig beklädnad domineras av de stora golfvarumärkena i USA, Japan och England som producerar varorna i lågkostnadsländer i Sydasiens. Det betyder att den fysiska handeln globalt är omfattande men också svår att mäta eftersom export och import inte syns externt utan sker inom de stora koncernerna och mellan underleverantörer och varumärkesägande företag. Fördjupade analyser av internationell produktion och handel bör göras kommande år och det kommer att belysa Sveriges import av varor (och tjänster dvs golfresor). Export av varor och golf från Sverige är en potential för värden som kan väntas ökas genom att den svenska de svenska klubbarna och golfindustrin kommer att försöka öka sina intäkter för att öka lönsamheten kommande år. T ex kan vi nämna Nikes golfdivision drog förra räkenskapsåret in drygt 4,7 miljarder kronor, och sporten anses attrahera de mest köpstarka och märkeslojala kunderna.

**Canada** har en golfsektor med 6 milj spelare och (4000) banor som således motsvarar 24 % av USA`s. Med 33 milj invånare spelar således 18 % ( kan vara en överskattning) av invånarna golf ( fler än t ex hockey). Canadas golf – BNP kan bedömas till **40-50 mdr skr.**

## Europa

Golfporten är en av de sporter som nått global spridning där anläggningar,mått,tävlingsregler mm först etablerats på ett enhetligt sätt och därefter byggts ut i många länder. Banor är likartade och inordnade i sportens mätsystem där svårigheter dvs förväntade antal slag för 18 hål kan jämföras. Drivkrafterna i denna globala framgång har varit både de internationella tävlingsformerna ( PGA mm ) med massmedial uppmärksamhet för elitspelare tidigt i golfens historia och därefter t ex golfspelares golfturism i stora delen av världen. Golfspel är en av de ledande sportresebranscherna som stimulerar aktiva motionsspelare till aktivitet. Konsumtionskraft hos medelålders familjer i allt fler länder, möjlighet för kvinnor och män att spela tillsammans, att spela med hela familjen och dess olika åldrar bidrar till tillväxt. De logistiska problemen hanteras praktiskt ( billiga charterresor,boende nära eller på golfanläggningar, tidbokningar, säsongboende vid golf etc). Vi kan se hur golfresor blev en tidig utveckling där badsemester ersattes med fysiskt aktiva resor ( jämför skidresor, resor för vandring i naturområden mm). Denna utveckling av sport- och motionsresor har accelererat senare år men har funnits länge ( resor för jakt,sportfiske,fjällvandring) och vi ser nu en konkurrens mellan olika sport- och reseformer. Golfen har en stark global konkurrensförmåga i denna turism med sina anläggningar, service och sina specifika värden.

Nation	Antal spelare i 000-tal
UK,Irland	4 327
Tyskland	610
Sverige	491
Frankrike	407
Holland	351
Spanien	328
Danmark	151
Finland	142
Norge	122
Österrike	104
Övriga	300
-----	
Summa	7390

Med stöd av de nyckeltal vi utvecklat för USA respektive Sverige bedömer vi att de 7,4 milj spelarna i Europa på ca 3 700 anläggningar ( 1200 spelare/medlemmar per anläggning) skapar en partiell golf- **BNP på ca 70- 90 mdr skr** med USA-värdena 7000- 14 000 kr per capita och år i den inre primära sektorn respektive alla ingående delsektorer- och branscher.

## Övriga världen

USA, Canada och Europa har således 26+6+7,4 milj spelare dvs 40 milj. I de stora övriga golfnationerna Japan, Australien-Nya Zeeland och Sydafrika finns tillsammans ca 12 milj spelare.

**Japan** har 2 300 anläggningar och ca 9 milj spelare (2012) dvs i snitt nära 4000 (!) spelare per anläggning. Med 127 milj inv blir andelen golfare 7 % dvs högre änt ex Sverige. Partiell golf-BNP kan beräknas , med 8000 kr per spelare och år, till **72 mdr skr och upp till 100 mdr skr** när de indirekta och omgivande branscherna räknas in (för 2012 ,IEC).

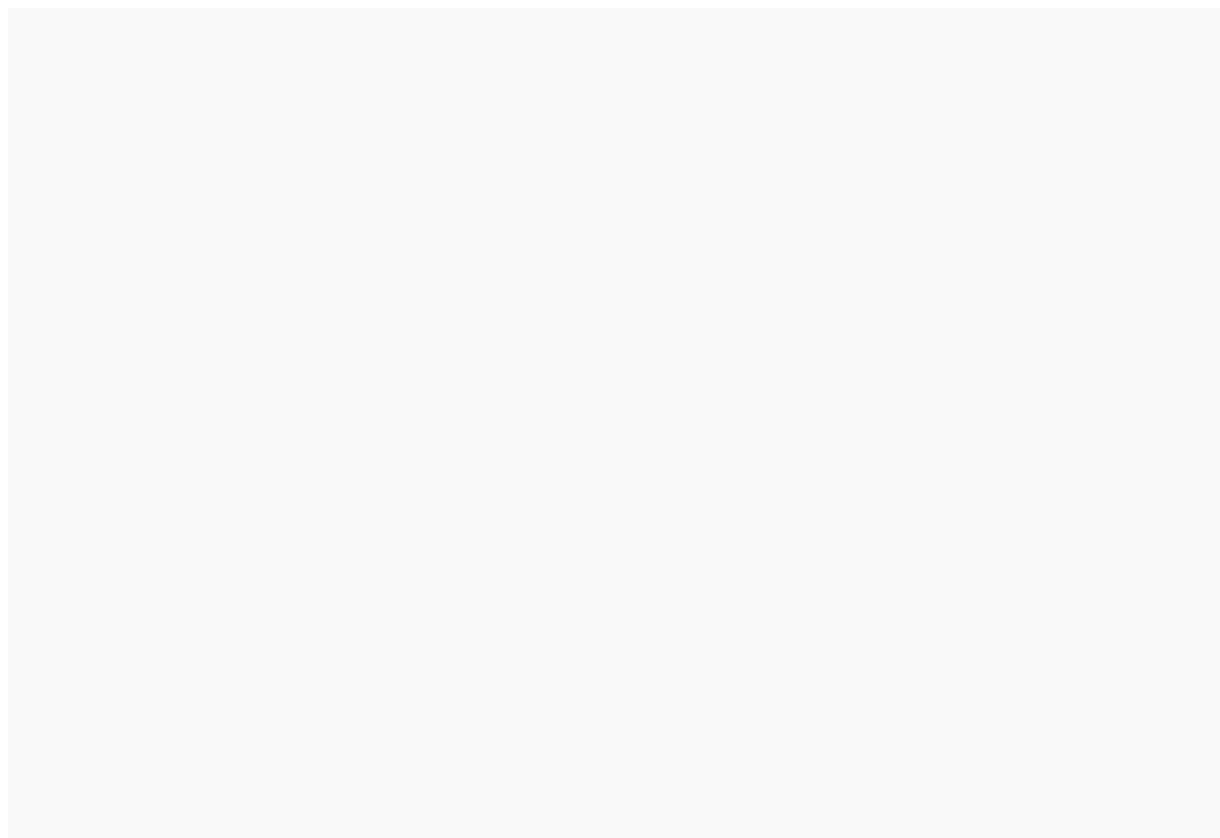
**Australien** har 1530 anläggningar och ca 1 milj spelare ( 2012) dvs i snitt 650 spelare per anläggning. Med en befolkning på 23 milj är andelen spelare 5 % dvs som i Sverige. Partiell golf- BNP kan beräknas , med 7000 kr per spelare i primära tjänster (som i USA och Europa antar vi här) till **7 mdr skr** och upp till 12-14 000 kr inkluderande alla delbranscher då BNP i golf blir **14 mdr skr**.

#### **IGF National Members anger följande data för världsgolfen:**

*The **International Golf Federation (IGF)** was founded in 1958 and is the international federation recognised by the International Olympic Committee (IOC) as the world governing body for golf.*

*The headquarters of the IGF is located by the shores of Lake Geneva in Lausanne, Switzerland.*

*IGF is composed of 132 Member Federations, from 126 countries, representing more than 60 million people who play golf. All national golf federations affiliated to the IGF are being included in the National Olympic Committees (NOCs) of their countries. To get more detailed information for each IGF National Member click on the country on the map below. Golf is*



**Golfsektorn i världen (2013, IEC's beräkningar) ,mdr skr**

## Golfens nyttovärden

Offentlig konsumtion netto efter avgifter (löner, lokalyror, material).	10-20	mdr
Privat konsumtion av kläder, skor, utrustning, resor, boende, avgifter.	310-410	mdr
<b>Summa världs- konsumtion leder till följande BNP i resp cirkel</b>	<b>320-430</b>	<b>(370)</b> <b>mdr</b>
Produktion av golfverksamhet från offentlig sektor brutto.	10-20	mdr
Produktion av golfspelverksamhet från klubbar, företag arenabolag etc.	300	mdr
Produktion i företag av varor, tjänster i omgivande branscher	110	mdr
(Export,import av varor och tjänster varav turism i golf 15 mdr )	70-80	mdr
Offentliga investeringar i sportanläggningar	10-20	mdr
Privata investeringar i golfanläggningar	Ca 30-40	mdr

Source: KPMG Golf unit

*Ur Carlsson, Bo En essä om golfturism, The Anti-Golf Movement och golfbanor med KRAV-märkning (041109) hämtas följande:*

*En golfbana beräknas uppta 70 hektar, vilket innebär att samtliga golfbanor världen över täcker 21 000 km<sup>2</sup> av jordens landyta (vilket motsvarar nästan all brukad jord i Danmark)*

*Idag är golf inte enbart ett spel/avkoppling, utan en seriös industri som kan ha stor betydelse för olika områden/destinationer, om de kan attrahera golfare (från USA, Japan eller Europa) när vädret är ostabilare i deras egna länder. Det innebär även att besvärliga och ratade områden kan omvandlas till golfbanor och golfanläggningar.*

*Golfturism inrymmer, som nämnts, 60 miljoner golfare, där 44% kommer från USA, 25% från Japan och 12% från Europa (Readman, 2003). Omkring 75% av golfarna är män, och två tredjedelar är i åldern 30-59 år.*

*De turistländer som associeras med golfresor är Spanien/Mallorca, Skottland, Tunisien/Marocko, Italien (Toscana/Syditalien), Frankrike (Montpellier), Barbados (Sandy Lane), Egypten, Thailand och Malaysia, med i regel ett varmare klimat. Det finns emellertid även golf på Grönland, vilket i sin tur kan locka en typ av golfturister genom sin udda profil. I*

## Golfens nyttvärden

*vissa områden kan man tala om golfbälten. Här kan nämnas Costa del Sol och Myrtle Beach i South Carolina, men även Öresundsområdet, ett av världens golfbanetätaste område.*

*Spanien och dess golfanläggningar (resorts) nämns ofta som ett tydligt exempel på kommersialisering av golfтуризм, vid sidan av sol och bad. Hinch & Higham (2004:118) skriver:*

*Golf resorts have mushroomed in the hotter climates where traditional sun, sand and sea tourism could or does exist [...] The development of integrated golf resorts in Spain capitalise on increasing levels of visitors demand for this sport in conjunction with the other attractions that exist in Spain.*

*Det räcker inte med golf, för "golfтуристerna". Förutom golfspel lockar sol och bad, på platser som Spanien, Barbados, Thailand och Malaysia. I Italien frestar mat och kultur vid sidan av golfspel. I Egypten är de historiska samlingarna mäktiga varumärken. Det som skiljer golfтуризм i Skottland från övriga destinationer, förutom ett vackert landskap, är "prestigefyllda" golfbanor som St. Andrews, vilket även lockar nostalgiska idrottsturiстер. Även i Sverige finns golfbanor som lockar till туризм, speciellt i Södra Sverige (i Halmstad och Skåne).*

**Golf Tourism** – Canadian travellers make more than 1 million trips involving golf, spending an estimated \$1.9 billion annually on golf-related travel within Canada.

### **IAGTO (International Association of Golf Tour Operators)**

#### **is the global trade organisation for the golf tourism industry**

Established in 1997, IAGTO's membership comprises **2085** accredited golf tour operators, golf resorts, hotels, golf courses, receptive operators, airlines, tourist boards, approved media and business partners in **95** countries including, at its core, **509** specialist golf tour operators in **62** countries.

It is estimated that IAGTO's operators control over 85% of golf holiday packages sold worldwide and turnover more than €1 billion per year.

"We strive to provide information, create opportunities and make introductions that will help you develop your business faster, with less effort and less cost. In addition to organising fam trips, press trips, workshops, destination conventions and events, our staff around the world are constantly developing new services for our members to take advantage of. We pride ourselves on being at the heart of the golf tourism industry and invite you to join us." Peter Walton, Chief Executive, IAGTO.

Golfтуризм är en växande delbransch inom den globala golfsektorn. Den bedöms (IAGTO,2012 ) omfatta 15 mdr skr ( för 2011) genom att 1,6 miljoner spelare gör turistresor per år. Dessa resor sker främst i näraliggande länder med kortare besök men på motsvarande sätt som all turistnäring finns en växanda reseverksamhet för veckospel (från t ex nationer med kalla vintrar ) i tropiska och subtropiska länder. Andelen som gör golfresor är fn således ca 3 % av alla 55 miljoner spelare men väntas fortsätta att växa. Inkommande golfтуризм till Sverige och inom Sverige är på motsvarande sätt en växande marknad. Denna egenskap hos golfsporten- att anläggningar är att jämföra med besöksnäringar- ger redan effekter på de orter

där de finns och kan väntas fortsätta att öka i betydelse inte minst genom anläggningarnas och turistföretagens allt effektivare utveckling och marknadsföring. Golfens volym i varje land drivs således bland annat av denna utveckling antingen genom resor från hemlandet ( att ses som import av golftjänster) eller resor in i hemlandet ( således export av golfturism).

*Jönsson, Erik Golf, golflandskap och relationen till naturen: Om Donald Trumps golfanläggning i norra Skottland (090311), [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org)*

*På sätt och vis är denna essä ett slags svar eller fortsättning på Bo Carlssons (2004) [genomgång i dessa spalter](#) om golfen som ett angeläget forskningsfält. Golfen sätts i Carlssons artikel främst i ett vidare sammanhang av golfturism. En golfbana är '... ett turistmål. Att resa iväg och spela på andra banor tillhör en golfares glädjämnen och denna turism blir till intäkter för kommunerna' (Carlsson 2004). Även min artikel är ett försök att kortfattat skissa upp hur golfen som aktivitet kan sättas i ett sådant större sammanhang, och framförallt hur golfen per automatik sätts i ett rumsligt sammanhang då golf som aktivitet alltid förutsätter golfbanan som landskap. På sätt och vis flyter de två artiklarna in i varandra. Men där Bo Carlsson mer fokuserar explicit på turism ligger detta i min artikel bara i bakgrunden till förmån för en fokusering på golfen i en relation till naturen.*

*Denna avvägning återspeglas även i motiveringen kring det slutgiltiga klartecknet för projektet, där betydelsen av att stärka en viktig industri – turismen – betonades (The Guardian 081104). Fokuseringen på turism i planeringen säger också någonting som mer explicit kan relatera tillbaka till kampen om rummet. Turism strukturerar nya platser genom att strukturera landskapet efter nya principer – 'consumption, landscape design, governance practices and so on' (Ek & Hultman 2008:227). Då landskapet struktureras efter en specifik sorts diskurs och specifika praktiker – ekonomiska, politiska, ekologiska, sociala etc. – så beskärs eller omöjliggörs andra struktureringar av platsen (Ek & Hultman 2008). Således är kampen om rummet på platsen en kamp om hur platsen ska struktureras och vilka struktureringar som i alla fall i den närmaste framtiden omöjliggörs. De relationer som möjliggörs och omöjliggörs i omstruktureringen av rummet är viktiga att hålla i bakhuvudet.*

*Golf är en aktivitet som av nödvändighet tar upp relativt stora naturområden. Det är en aktivitet som så att säga äger rum i naturen. Det är också en aktivitet där naturen av allt att döma spelar en stor roll för utövaren. En undersökning av Svenska Golf förbundet gjord i mitten av 90-talet visade att både män och kvinnor listade naturupplevelsen som den viktigaste orsaken till att spela golf (Janson 2004).*

*Utifrån amerikanska exempel kan man se hur närhet till skolor, stadskärnor etc. inte är det mest relevanta för investeringar i vildmarken. Här är istället närheten till just vildmark och i synnerhet strandområden huvudsaken. Närheten till naturen drar upp priset på fastigheter i ett område (Darling 2005a). Samma logik kan sägas gå igen i golfbanan. Naturen ska utifrån detta tankesätt inte bara ses som estetiskt trivsamt för golfaren i sig, utan ska – just genom att*



## Golfens nyttovärden

*den är estetiskt trivsamt, dvs. eftertraktad – ses som det som gör att golfbanan kan konkurrera med andra golfanläggningar och driva upp priset på anläggningens verksamheter i allmänhet. Just denna jakt på naturområden som ekonomisk resurs ska i så fall ses som själva essensen i denna specifika golfanläggnings relation till naturen.*

Antalet golfbanor i världen är anges omväxlande till 32 000 ( ) och i IEC's beräkningar till 29-30 000 st. Dessa 30 000 finns i de olika världsdelarna:

USA	15 700
Canada	000
Europa	3 700
Japan	2 300
Övr världen	300

Med 70 har per bana i yta och 30 000 banor blir detta 21 000 kvkm (Carlsson 2004). Av jordens yta på 510 milj kvkm upptar golfen således 1/ 25 000 dvs 0,004 och av landytan 148 milj kv km 1/8000 eller 0,01%

**I Sverige upptar golfen då med 450 banor 31 500 har dvs 320 kvkm av landets totala yta på 450 000 kvkm vilket är 0, 07 % av hela ytan.**

## Landskap, fastighetsvärden

Från [www.canadagolf.ca](http://www.canadagolf.ca) och studien *Economic Impact of Golf in Canada*:

**Estimated Impact on Property Values** – The location of houses adjacent to golf courses provides benefits to homeowners that stem from higher home values compared to similar homes that are not adjacent to courses. The total incremental impact on home values is estimated at \$1.4 billion.

**Environmental Benefits** – Over 200,000 hectares of green space managed by golf course operators, including 41,000 hectares of unmanaged wildlife habitat under golf course stewardship.

## Miljöeffekter, naturvärden etc för golf

Miljöfaktorer som beskriver en verksamhets effekter kan definieras till ett mycket stor antal. Det gäller alla sporter och även golfen. Denna faktor belyses av tids – och resurskäl på en grov förstöringsnivå i föreliggande rapport men analysen bör fördjupas kommande år. Vi använder en kalkyl där vi försöker visa golfens miljökostnader (och ackumulerade miljöskuld) för sina anläggningar i Sverige totalt jämfört den genomsnittliga och förväntade alternativa användningen. Alternativa användningar av landskapet i form av betesmark, odling av spannmål mm, skogsbruk men även alternativen andra friluftssändamål eller bebyggelse för bostäder, andra byggnader eller infrastruktur har alla olika effekter.

SGF har belyst de svenska golfbanornas miljöförhållanden i flera studier ( Golfsportens Miljöpåverkan ,SGF 2000)

Vi väljer att diskutera följande viktiga miljöeffekter:

#### *CO2 och kretslopp av kol,kolsänkor*

Den växtlighet som finns inom golfbanor i värden varierar efter olika klimat- och växtzoner. I vissa områden är alternativa landskapet öken och i andra högproduktiv åkermark. I det förra fallet blir det högre kolupptag genom golf och i det senare fallet intensivt jordbruk med högt kolupptag. Alternativet skog beror på klimat, växtzon mm. Vi antar här att miljöeffekterna omsatt till miljöskulder (dvs CO2 kvar i atmosfären och detta beräknad som samhällsekonomisk negativt värde på sikt) inte skiljer golf från andra användningar. Däremot finns negativa värden med mer utsläpp genom resor till och från golfanläggningar och plus maskinbearbetning av anläggningar. Dessa negativa värden kan i vissa landskapstyper vara större än de alternativa användningarna av samma landskap. Här finns likheter med andra utomhus- och landskapsanvändande sporter som friluftsliv (resor) och alpinsport ( resor och maskinutrustningar). En ökande andel av golfanläggningar försöker minska denna CO2-belastning. Som alla andra utomhussporter som är lokaliserade utanför urbana områden är golfen också beroende av främst egen bilkörning. Endast i mindre utsträckning ( mindre än 10 % av allt golfspel) kan kollektiva transportmedel användas. Maskinbearbetning inom anläggningarna ger också växthusgaser jämfört med alternativa användningar. En beräkning av nyttovärden i denna faktor ger sannolikt ett minus i miljöpåverkan och miljöskuld jämfört med några av de alternativa markanvändningarna som inte uppvägs helt av kolupptagningen inom golfbanors biotoper. Det finns dock en variation mellan mycket positiva värden i vissa anläggningar och sämre i andra. Effektanalyser där vi ställer andra utomhussporter, vandring/jogging på vägar och i skog som utövas utan markskötsel och utan resor och transporter är i denna faktor mer gynnsamma.

#### *Biodiversitet, naturens biotjänster mm*

En viktig miljö- och natureffekt av olika sporter är i vilken utsträckning som dessa påverkar olika växt och djurarter negativt eller positivt.Vad minskas eller elimineras bland dessa av en golfbana jämfört med alternativ användning av samma natur. Vi kan se hur mer våtmark, dammmar, rinnande vatten skapar biotoper som inte fanns och tvärtom om golfbanor minskarbiotoper med fuktig mark och öppet vatten. Motsvarande effekter finns med ökad eller minskad skogsbiotop runt banorna i en golfanläggning. Några undersökningar i Sverige visar exempel på ökad artrikedom och fler individer av olika arter särskilt i våtmark mm (se litt referenser ). Insekter och fågelarter gynnas av dessa våtmarker men också av ökad artrikedom i skog i utkanterna av yta efter spelfälten. Vissa studier hävdar att det i det undersökta området finns positiva ekotjänster genom ökad biodiversitet jämfört med den tidigare landskapsanvändningen.l

#### *Kemikalier i mark, luft och vatten*

I det moderna samhället används ca 70 000 olika ämnen (kemikalier). Dessa finns i produkters och arbetsmetoders (teknologiers) olika led i livscykeln. Olika former av jord- och skogsbruk infogar dessa kemiska produkter och för de alternativa användningarna av mark ställer vi då en jämförande kalkyl. Hur mycket mer eller mindre miljöbelastning skapar alternativet jord- och skogsbruk inom en yta kvkm jämfört med alternativet golf. Andelen golfanläggningar som minskar kemikalieanvändningen (herbi-,insecti-, pesti-,fungicider m fl eller växtbefrämjande medel) eller minimerar bieffekter av dessa insatser ökar. Alternativa användningar har i dessa avseenden också negativa effekter. Hypotesen eller vår preliminära konstaterande just nu är att golfanläggningar som helhet har lika mycket minusvärden i dessa dimensioner som alternativa verksamheter.

En detaljerad *fallstudie* av de flesta miljöeffekterna redovisas 2012 i rapporten ”*Environmental Assesment of a Golf Course.A First Step Towards Environmental Product Declarations (EPD)*” (CTH ,Göteborg,2012).I den rapporten visas detaljerade energivärden, kemiska emissioner etc men endast i en anläggning. En fortsatt analys skulle kunna använda de nyckeltal som finns där som medelvärden (efter nödvändiga korrigeringar) och skala upp dessa till värden för landets alla 450 golfbanor. För internationella beräkningar behövs detaljerade data som belyser de olika miljöerna och anläggningarna i världens olika klimatzoner och biotoper. En hypotes kan vara att de svenska anläggningarna har mindre skadliga miljöeffekter ( biotoper, klimat, vintervila mm kan innebära mindre volym av miljöemissioner) än de flesta andra nationerna och då särskilt i tropiska och subtropiska regioner.

En del golfbanor i Sverige och internationellt drivs redan med höga miljöambitioner. Den sammanvägda analysen av all golfsports miljöeffekter i t ex Sverige kan i föreliggande rapport endast bedömas mycket grovt, och då i förhållande till alternativa användningar av landskapet och jämfört med befolkningens alternativa sportaktiviteter.

### ***Sustainability***

*United to make a real difference*

*For hundreds of years golf has given rise to social and environmental benefits. Continuing and improving on this tradition is more important than ever at a time when sustainability has become a critical global priority.*

*The IGF and its member organisations are united in their focus on sustainability, recognising the important role golf can play, as a growing international sport, tightly intertwined with landscapes and communities.*

*Sustainable golf can be widely and credibly embraced across the industry – in the operations of existing courses, the design and construction of new developments, and in the venues and staging of tournaments.*

### ***Sustainability is a great fit for golf***

*Environmental and social stewardship has always been close to the heart of golf. Great golf respects its surroundings and honours the natural environment. As a green space, often in the middle of towns or cities, it provides natural habitats and ecosystems, improving the overall quality and treading lightly on natural resources. And fitting into the surrounding communities, golf provides employment, recreation and education.*

### ***Landscapes & Ecosystems***

*Landscapes and ecosystems cover the surface of the earth, connecting everything, providing the canvas on which we live, work and play. Great golf enhances landscapes and ecosystems, creating and sustaining beautiful and biologically rich open spaces.*

### ***Water***

*Water is a critical commodity our societies must conserve and use responsibly. Golf can demonstrate leadership in sustainable water management in a number of ways, some followed successfully by course managers for years, others made possible through new innovations.*

### ***Energy & Resources***

*The global population and its demand for energy increases every day. How we meet that demand is the critical issue. Golf is responding across a wide range of areas from low resource turfgrass to energy for the clubhouse and machinery.*

### ***Products & Supply Chains***

*The products and services that golf uses need to be carefully considered to ensure a fair deal for businesses and for our planet. More and more golf businesses are mindful of their chain of supply when purchasing. It's often only a small mind-shift that can make a big difference.*

### ***Environmental Quality***

*From manufacturing, processing and distribution of products, to the use of chemicals and fertiliser, to the cultivation of turf and seed and the way buildings are designed and managed, it all influences our world. A well planned, designed, constructed and managed golf facility can improve air, water and soil quality through sustained, consistent land and resource management.*

*For more information, read the **Affordable Golf Facility Development** and visit **<http://www.golfenvironment.org/>***

## **5. Golfsektorn i Sverige**

## Fakta , nyckeltal

I Sverige finns 460 golfklubbar våren 2013 (med olika organisations- och ägarformer) och med i snitt 950 medlemmar. Totalt säg fn 490 000 medlemmar.

Golfsektorn i Sverige (2013, IEC's beräkningar)	
Offentlig konsumtion, subventionerad mark .	0,1 mdr
Privat konsumtion av medlemskap, utrustning, resor, boende etc	2,4-3 mdr
<b>Summa total konsumtion leder till följande produktion, imp-exp</b>	<b>3,5-4,5 mdr</b>
Produktion av golfverksamhet från offentlig sektor brutto.	0,1 mdr
Produktion av tävlings-verksamhet från föreningar,klubbar, företag inkl handel,produktion,mat etc. brutto.	3,5-4,5 mdr
<b>Produktion i företag, klubbar minus export av varor, tjänster = tillförsel Sverige ( import i form av golfresor ca 400-500 mkr tillkommer)</b>	<b>3,5-4,5 mdr</b>
Export av varor och tjänster inkl inkommande golfturism	0,2- 0,3 mdr
Offentliga investeringar i anläggningar, utrustning etc	0,1-0,2 mdr
Privata investeringar i anläggningar	2-3 mdr
<b>Summa investeringar i anläggningar per år senaste 10 åren</b>	<b>0,3-0.5 mdr</b>

Med en partiell BNP i golf dvs en BruttoNationalProdukt Golf , golf-BNP, på säg 3,5- 4,5 mdr skr är varje klubbmedlems efterfrågan i golf (all konsumtion inkl ev andel i golfklubben räknad som avskrivningar och ränta på insats i klubben och dess investeringar i anläggningen ) ca 5000 kr per år . Vi föreställer (data efterlyses) oss att en genomsnittsledmedlem (inkl familjemedlemmars rabatter etc) med 10 ronder (resor tor) per år betalar för medlemskapet inkl inträdesavgiften fördelad på år av medlemskap i snitt 2000 kr per år, för utrustning och specifika golfkläder 2000 kr per år, särskilda golfresor 1000 kr dvs totalt 5000-6000 kr per år. Andra konsumtionsmönster finns där kläder och måltider t ex är större för vissa kategorier respektive golfspelare som gör många golfresor inom och utom landet per år. Variationsbredden är således stor inom denna golfpopulation. Högkonsumenter kan komma upp i flera tiotusen kr per år med medlemskap i dyr klubb, dyr utrustning, ett par golfresor per

år mm. Lågkonsumenter kan vara medlemmar med låga avgifter och spela med billig begagnad utrustning och i billiga motionskläder utöver nödvändiga (billiga) golfskor .

Osäkerheten är betydande i beräkningar av golfkonsumtion inom Sverige. Företagen som säljer dessa produkter har dock detaljerade analyser av marknadsutvecklingen var för sig ( klubbor,bollar,baggar,skor,kläder etc). Vi bedömer årlig konsumtion av utrustning,kläder mm till varierende mellan 1,0-1,5 mdr skr.

Beräkningen av individens konsumtion inom Sverige görs genom att addera egna köp av varor och lägga till totala driftkostnader för alla svenska anläggningar ( avskrivningar, ränta, underhåll, energi etc) kunna beräkna golfsektorns totala ekonomi som partiell BNP.

Genom beräkningen av golfens BNP kan vi bedöma sysselsättningen skapad av golf med standardvärden för vad en årsarbetare i genomsnitt kostar inkl all overheadkostnad. Vi kan diskutera den jobbsiffran ställd mot klubbarnas, butikernas, tränarnas personalvolym. Därmed också skapa en rimlig skattning av detta nyckeltal.

### **Nuläge och utvecklingsmöjligheter för sportbranschen golf i Sverige – en bedömning av nuläget och de värden som skapas 2013**

I Sverige skedde en stagnation av tillväxten samtidigt som investeringar i banor nådde en topp kring 2000-2007. Många klubbar fick ekonomiska problem och en ekonomisk anpassning till den nya marknadssituationen pågår sedan dess. Nya former för ägande, finansiering ,drift, specialisering och annan nyorientering sker hos de olika golfanläggningarna och klubbarna respektive företagen bakom dessa .

Analysen i denna rapport syftar till att mot bakgrund av en strukturanalys av golfens olika verksamhetsformer, målgrupper mm skapa ett underlag för diskussion av nya affärs- och utvecklingsstrategier. Nya kombinationer av tjänster och samverkansformer diskuteras med utgångspunkt från några utvalda exempel på golfstrategier på lokal nivå i Sverige och i andra länder. Texten är en pågående arbetstext och läsarna ombeds komma med tips och kritik till författaren och IEC.

Vilka är de nya möjligheterna i den strukturomvandling som pågår i Sverige ? Ett exempel är vad golfbaneägaren och eldsjelen för idrottens sociala värden och ekologi mm inom golf, Håkan Rasmusson i Värpinge GK och S:t Hans GK i Lund, säger: ”Vi har 95% av Sveriges befolkning som inte spelar golf .Nya vägar för golfutveckling finns således”. Det nybildade Golffrämjandet initierat i Lund har som syfte att bidra till att göra golfen till en folksport med ökat deltagande från alla åldrar och sociala grupper i Sverige (fotbollen är en sådan folksport i Sverige).

Denna rapport beskriver de positiva värden som golfen skapar i samhället. Med dessa faktorer som utgångspunkt görs försök att beräkna de samhällsekonomiska nyttovärdena som golfen skapar i varje faktor.

En bransch består av att flera olika ekonomiska och sociala system. Det gäller även varje sportbransch. I de flesta avseenden är varje sport unik. Dom har olika träningsmetoder, tävlingssystem, historia, kultur, tekniska system etc. Vissa sporter är stora men stagnerar, andra små och nya sporter som växer och några fortsätter att vara några hundra aktiva i Sverige. Vissa sporter kan utvecklas med stöd av mediainsatser, andra genom att eldsjälarna och entreprenörer driver på. Det vi kunnat se är också att det finns lokala olikheter i Sverige så att vissa klubbar och orter har en stark tillväxt i antalet aktiva medan andra orter eller klubbar stagnerar.

Med effektiv verksamhetsutveckling och gynnsamma delprocesser inom denna sportsektor vilken som helst kan volymen deltagare och konsumenter, dess ekonomi mm växa. Det kan leda till ökad lönsamhet, nya investeringar och ny tillväxt i sporten. En särskild effekt på sportens tillväxt har satsningar på sektorsspecifik kunskap, forskning och utveckling och innovationer samt entreprenörskap. En bransch består av ett stort antal aktörer. Här finns klubbarnas eget utvecklingsarbete, företag som utvecklar och levererar varor och tjänster till golfare och klubbar. Golfbranschen finns närvarande i de flesta orter och kommuner. Genom samverkan och dynamisk konkurrens i branschen och i dess omgivande system uppstår volym, bredd, elit och de andra goda värden som just en växande bransch uppvisar. De samarbetspartner som sporten utvecklar bidrar till nya möjligheter för sporten. Det gäller företag i olika branscher som bygg och fastigheter, besöksnäringar, skolor, socialförvaltningar, banker och andra finansföretag men också stora potentiella kund- eller medlemsgrupper mm. De sporter som skapar bäst kombinationer av resurser har störst framgångar.

### **Utdrag ur *Idrottens framgångsspiral*, Johnny Wijk**

Om orsakssamband och framgångsfaktorer utifrån exemplen svensk tennis och svensk golf och deras parallella framgångsberättelser  
Historiska institutionen, Stockholms universitet

*Jag har redogjort för ett antal olika faktorer bakom den svenska tennisen respektive golfens framgångsrika utvecklingskurvor när det gäller tävlingsresultat på världselitnivå. Jag har även presenterat ett tänkande om att dessa faktorer kan infogas i det jag kallar en framgångsspiral, där orsaksfaktorer från samhällsstrukturrell nivå, idrottsgrenens uppbyggnad och aktörernas utövande av sporten samverkar och sammantaget skapar en gynnsam situation för att få fram framgångsrika idrottsutövare.*

*Min hypotes när det gäller framgångsspiralen för svensk tennis och svensk golf ser sammanfattningsvis ut på följande sätt: En första och viktig observation är att tennisen och golfen i Sverige till stora delar haft en framgångsutveckling med nästan helt parallella utvecklingsmönster, med ungefär 10 års förskjutning. De viktigaste framgångsfaktorerna har handlat om att bägge sporterna upplevde en stark kvantitativ tillväxt, dels beroende på att en snabbt växande medelklass sökte nya sociala uttryckssätt i strävan efter social klättring och där tennis och golf passade väl in, dels tack vare att idrottsgrenarna själva medvetet agerade*

*för att bli mer av folksporter med bredare rekrytering. Den svenska idrottsmodellen med öppna föreningar välkomnade alla att delta, också i tennis och golf, vilket internationellt sett varit – och till vissa delar ännu är – en mycket ovanlig situation. Ett intensivt utvecklingsarbete inleddes med byggandet av nya banor, utbildning av fler tränare och utbyggnad av nybörjargrupper. Tennisen fick stöd av offentliga medel via kommunerna, golfen mest av det privata näringslivet. Hela grunden för framtagande av talanger, vardaglig grundträning och första inskolningen till tävlingsverksamhet har legat på lokala klubbar och distriktsförbund, de centrala nationella insatserna har kommit in i ett senare skede, i allmänhet först då det varit dags för landslagsuppdrag och liknande. När tävlingsframgångar på världsnivå började komma skapades massmediala idoler som ytterligare ökade intresset, särskilt i tennisen med dess stora exponering i TV. I golfen kom idolerna fram i ett senare skede och golfen har inte haft samma draghjälp av idoler som profilerats i massmedia. Inom både svensk tennis och golf blev det naturligt med nya mer systematiska och fysiska träningsmetoder, många hade erfarenhet från andra mer fysiskt krävande sporter. Svenskarna på elitnivå organiserade sig gärna i ett lagtänkande, bildade team och på eget bevåg ofta samarbetade med träning och tävlingsförberedelser även under de individuella tävlingarna. Påtagligt många av de svenska talangerna i både tennis och golf har dessutom tränat och tävlat inom det amerikanska collegesystemet med intensivt tävlande i hårt konkurrens som främsta kännemärke, och därmed skaffat sig erfarenhet inför proffslivet. Bägge sporterna har byggt upp nationella tävlingssystem i Sverige där både juniortalanger och seniorer konkurrerat för att därifrån få chansen ut på de internationella tourerna.*

*Så har framgångsutvecklingen enligt min mening sett ut i både svensk tennis och golf. En kedja av faktorer på olika nivåer har länkats in i varandra och sammantaget bildat en framgångsspiral. Framgångsutvecklingen ska här infogas i en schematisk modell om fem olika faser som speglar utgångsläge, uppgång, höjdpunkt, långsam tillbakagång och eventuell rejäl nedgång.*

*Fas 1: Få utövare, svag och begränsad förankring i befolkningen, få internationella framgångar*

*I första fasen handlar det om en sport med få utövare, av begränsat intresse och som engagerar endast en liten del av samhället. I exemplen tennis och golf etablerades bägge som sporter inom de högre sociala skikten. I tennisen fanns under första delen av 1900-talet enstaka svenska spelare med framgångar strax under världseliten, i golfen var detta sällsynt.*

*Fas 2: Utveckling till folksport, ökat samhällsintresse, några världsstjärnor på gång*

*För både tennis och golf var den svenska välfärdsutvecklingen gynnsam. En bred köpstark medelklass växte fram med ökad fritid, bättre ekonomi och intresse av att markera högre social tillhörighet där sporter som tennis och golf var attraktiva. Tennisen upplevde under slutet av 1960-talet en stark kvantitativ tillväxtperiod både vad gäller antalet nya klubbar och spelare, golfen påbörjade samma utveckling drygt tio år senare. Begynnande internationella framgångar och massmedias fokus på nya idoler ökar intresse ytterligare, sponsorer kommer till, kommuner stöttar, klubbar anställer tränare, nya träningsmetoder utvecklas, centrala tränarkurser och nationella ungdomstävlingar startas.*

*Fas 3: Etablerad folksport med starkt uppbyggd struktur, grupper av nya världsspelare*



*I tredje fasen finns idrotten som en bred etablerad folksport med stort utbud av lokala klubbar med goda resurser och tränarkapacitet tillgängliga för stora delar av befolkningen. Vidare finns en uppbyggd struktur med nationella ungdomssatsningar, tränarutbildningar och ett nationellt tävlingsystem som gallrar fram nya talanger. Brett samhällsintresse från media och sponsorer möjliggör gott tillflöde av nya resurser. Stora tävlingsframgångar på världselitnivå, i princip varje årskull frambringa återkommande nya utövare med kapacitet att nå världstoppen. Teambildning och lagspel på college i USA underlättar steget ut till världseliten. Nya idoler skapar stadigt nya förebilder. Den svenska tennisen gick in i denna fas under 1980-talet och blev kvar till slutet av 1990-talet. Den svenska golfen nådde dit i mitten av 1990-talet och har inte lämnat fasen ännu 2010, även om vissa sådana tendenser finns. Fortfarande kommer i den svenska golfen varje år fram flera nya spelare som etablerar sig på proffstourerna, men samtidigt kommer tydliga rapporter om märkbart avtagande tillströmning av ungdomar till golfen. Framgångsspiralen i golf har sannolikt börjat hacka något.*

*Fas 4: Kulmen över men fortsatt gedigen bred sport, goda elitframgångar på lägre nivå*

*I fjärde fasen har en tillbakagång påbörjats. Kulmen är nådd vad gäller kvantitativ tillväxt, färre ungdomar strömmar till, andra sporter lockar mer. Elitframgångarna på världsnivå har avtagit. Världskonkurrensen ökar på grund av välfärdsutveckling och breddad rekrytering även i omvärlden. Tränings- och teknikutveckling leds på andra håll i världen.*

*För den svenska golfen har däremot ingen påtaglig nedgång på tävlingsnivå ännu kommit, möjligtvis står man på gränsen till fas 4 enligt ovanstående resonemang. Världskonkurrensen inom golfen har påtagligt skärpts med många nya länder där golfen nått social breddning och snabbt börjat producera världsstjärnor i mängd – inte minst växte ett asiatiskt golfunder fram under första åren på 2000-talet. Ett tydligt exempel är damgolfen i Sydkorea som haft en mycket snabb och sensationellt bred framgångsvåg som till och med vida överstiger den svenska, med idag ett 25-tal sydkoreanska damspelare etablerade i världseliten på USA-touren.*

*Fas 5: Tillbaka som liten avgränsad sport, endast enstaka framgångar på världselitnivå*

*Den femte fasen innebär att cirkeln i princip är sluten, att framgångsspiralen har gått varvet runt och idrottsgrenen ifråga i princip är tillbaka i fas 1. Detta är ingen unik utveckling, i svenska idrottshistorien finns många exempel på idrottsgrenar som upplevt hela resan från en stark uppgångsperiod, framgångskulmen med många stjärnor på världsarenorna, påbörjad tillbakagång och sedan återigen förvisad till en undanskymd plats i världskonkurrensen. Orsakerna kan vara många; intresseströmningarna i samhället skiftar, ungdomsgenerationer förändras, andra idrotter bli populära, idrottsteknik och träningsmetoder utvecklas.*

*Den svenska golfen surfar dock fortfarande högt på sin framgångsvåg och tycks ännu en tid kunna hålla sig kvar i fas 3 med någon eller några nya världsspelare varje år både på dam- och herrsidan, en närmast osannolik framgångshistoria som hittills varat i c:a 15 år. På grund av minskat intresse för golf bland svenska ungdomar och den skärpta världskonkurrensen är det dock rimligt att snart förvänta sig en liten nedgång på elitnivån och därmed ett inträde i fas 4, där den svenska golfen dock måste anses ha god chans att hålla sig kvar åtminstone något årtionde framåt.*

## **Samverkan för tillväxt ( elit- och breddstrategi för att bli en ledande ort) i den lokala golfsektorn (inom en kommuns område)**

*Samverkan* mellan alla de lokala aktörer som har betydelse för sportsektorn påverkar sektorns tillväxt. I vissa städer och regioner (Malung-Mora, Östersund- Åre t ex) kan vi se att sporten utvecklats till förtätningar (kluster) till att omfatta mer än riksgenomsnittets 2-3 % av BNP (och dess lokala och regionala mått BKP respektive BRP).

Bredden och djupet i samverkan är i vissa fall betydande vilket innebär att många aktörer och särskilt entreprenörer i sport och stödjande näringar samverkar med eldsjälarna i idrottens föreningar, med ledande politiker och andra opinionsledare. Vi kan i sådana fall se många relationer som skapar effektiva nätverk vertikalt, diagonalt och horisontellt. Det uppstår kluster dvs förtätade agglomerationer med affärer ( transaktioner av pengar) och information mellan många aktörer. Ju fler sådana desto större chans till tillväxt i sportsektorn.

Med bra uppbackning av klubbar, sportföretag och övrigt näringsliv, kommunens olika delar (näringsliv, fritid, fastigheter, miljö/hälsa, vård/omsorg ,ifo etc) och kopplingar till FoU inom dessa sektorer och med näraliggande universitet och högskolor kan det bli en stark och ibland också innovativ tillväxtprocess (se Östersund-Åre).

Parterna lokalt som driver processen bör skapa analysunderlag stegvis och kommentera och bättra på innehållet i dialoger över tiden. Efter möten sker ny förbättring och målet bör ju vara att det bildas en arbetsgrupp för den gemensamma sportstrategin. Här listas en strategi som kan leda till en elit- och utvecklingskommun inom golf.

Målen kan preliminärt vara – obs att dom olika processerna stimulerar varandra :

- Ökat idrottande och motion i kommunen (bredd, folkhälsa etc) till en maximalt aktiv befolkning i alla åldrar och en ledande roll för golfen i detta
- Ännu bättre elit och skärpning av Sportkommunens namn
- Fler event, ökad eventvolym, mer intäkter i alla former, breddaktivitet, barn, äldre
- Förbättring, utveckling av olika arenor, deras teknik, service, miljö- och ekoteknik
- Utveckling av friluftsliv, leder, service, infosystem runt och inom golfen som är inordnad i stadsplaneringen
- Stimulans av tillväxt i sportföretag och start av nya sportföretag ( produkter, tjänster, service i övrigt) genom inkubator eller innovationscentrum i sporten i fråga om kommunen/orten vill bli ett utvecklingscentrum

Casey Alexander is a golf industry expert at golf analysts Gilford Securities in New Jersey:

*"Golf is a great pastime but it also needs more creative marketing channels, and being in the Olympics [from 2016] should help there," he adds.*

*"In mature markets it needs to be cooler for young people, and more accessible for children, to become a truly multi-generational game."*

Genom att entreprenörer eller aktörer formulerar strategier för dessa delprocesser kan summan av dessa bli en totalt sett ökad total sportsektor (från 2-3 % till 3-4 % av BKP) med fler jobb, ökade skatteintäkter, vässad kommunprofil och attraktivitet etc. Golfporten lokalt i en ort är ett tydligt exempel på ett lokalt kluster för samverkan.

## 6. Golfsporternas nyttovärden, definitioner och avgränsningar

I rapporten beskriver vi hur olika typer av data används för att beräkna de ekonomiska och andra värden för golfindustrin i världen och i Sverige för att mot den bakgrunden sedan ställa effekter i andra faktorer(dimensioner).

Flera olika metoder för sammanvägning av olika faktorer till ett totalt värde mått i en index.

Ett är platsnummer i ranking av olika sporter mot varandra.

En annan metod är omräkning av faktorerna till samma skala, nämligen samhälls-, miljömässig, folkhälsomässig samhällsnytta beräknat som skuggintäkt/skuggkostnad/alternativkostnad vid alternativ verksamhet

Vi avser mäta så många värden som möjligt men måste finna oss i att utgå från befintliga sekundärdata. Denna rapport bygger således på befintliga data och genomför inte egen insamling av primärdata. Vi försöker fånga rapporter som beskriver genomsnittlig golfsport och därmed de värden som uppnås i sport när den beskrivs totalt. Här pekar vi också ut en serie värden som i den samtida diskursen(ofta den kritiska samhällsdebatten) om idrott ofta förekommer i rapporter, debatter etc (RF m fl men också IEC som har en kontinuerlig bevakning sedan 1990-talet av detta) om vad som är god idrotts önskvärda innehåll och effekter. Vi diskuterar nu närmast vilka egenskaper/faktorer/variabler vi väljer att belysa i sporter och i detta fall golfporten:

Vi ställer t ex golfen relativt **Svenskt Friluftslivs** stadgar om bra friluftsliv där prövning sker mot följande kriterier:

- ✘ Fysisk aktivitet
- ✘ Sker utomhus
- ✘ Bidrar till/motverkar ej hållbar utveckling
- ✘ Beroende av allemansrätten för fysiskt tillträde
- ✘ Sker i huvudsak för nöje och rekreation

- ✘ Stor andel av befolkningen är medlemmar, spelar golf etc
- ✘ Hög andel dvs 50 % av spelare är flickor, kvinnor
- ✘ Personer med invandrabakgrund har hög andel
- ✘ Hög andel i socialt svaga invandrargrupper

Vi tillfogar några av de plusvärden som brukar tillägnas golfen:

- ✘ Fler än 16 % av alla är äldre än 65 år personer spelar golf
- ✘ Golfbanor finns i alla 290 kommunerna eller i nära orter
- ✘ Golfbanor ägs av medlemmar offentligt stöd är sällsynt
- ✘ Golfens poäng- och bansystem, alla kan spela mot alla med rättvisa villkor
- ✘ Allsidigt rörelsemönster och uthållighetsträning, fysisk träning och folkhälsa
- ✘ Möjligheter till åretrunt spel och träning
- ✘ Träning i sociala och moraliska normer, vänlighet, artighet, fair play etc
- ✘ Särskild socialisation för unga och socialt samspel över generationsgränser
- ✘ Folkhälsoekonomisk effekt antas uppnås särskilt i svaga grupper
- ✘ Skapar årligen ett högt BNP-tillskott och många årsarbeten
- ✘ Golfekonomin skapar varje år goda skatteintäkter till stat,region och kommun
- ✘ Golfklubbarna är alltmer självständiga i att utveckla särart, lokal marknad etc
- ✘ Golfens anläggningar skapar bättre landskap, värdefulla biotoper och ökad artrikedom
- ✘ Golfanläggningar kan anläggas och drivas miljömässigt uthålligt, minimal växthuseffekt, gynnar våtmarker
- ✘ Golfanläggningar är attraktiva för ökad företagsamhet i en ort eller kommun
- ✘ Golfklubbar sedda som sociala gemenskaper utvecklar kulturella och etiska värden
- ✘ Golfturism uppstår med närbesök och internationella besökare
- ✘ Golfen bidrar till ekonomisk tillväxt, internationella kontakter etc
- ✘ Golfen stimulerar värdefull forskning och utveckling

Här görs försök att skapa *kategorier av värden* för att underlätta analysen i fortsättningen. Vi listar all de värden som under senare år förts fram i rapporter och konferenser. Dessa värden försöker vi sedan i kap 7 och 8 analysera kritiskt och om möjligt verifiera med säkra fakta och sedan summera på total nivå för samhället.

### 6.1 Demografiska faktorer, ålder, genus etc

- ✘ Stor andel 5 % av befolkningen är medlemmar och/eller spelar golf : 490 000 personer
- ✘ Hög andel 1/3 av spelare är kvinnor
- ✘ Personer med invandrabakgrund (första och andra generation) är lika med riksgenomsnittet ca 15 % . Detta uppnås genom demografiskt högre andel av

personer med bakgrund från EU och Nordamerika men i gengäld lägre andel i socialt svaga utomeuropeiska invandrargrupper.

- ✘ Stor andel av äldre personer spelar golf : 300 000 (?) över 40 år

Den demografiska utvecklingen från den starka tillväxtperioden påverkar golfens utveckling genom att äldre spelare (över 50) fortsatt i större utsträckning än yngre (20-40). Jämfört med andra sporter är dock åldersspridningen större.

## 6.2 Geografiska faktorer, attraktiva orter, besöksnäring etc

- ✘ Golfbanor finns i alla 290 kommunerna eller i nära orter i större delen av landet, vilket gör
- ✘ Golfbanor skapar besöksnäring på samma sätt som vissa andra sporter och sportevent. De lokala tävlingarna, de regionala och utbytena med klubbar, företag och anställda både nationellt och internationellt (i vissa klubbar) driver denna process.
- ✘ Golfanläggningar är attraktiva för ökad företagsamhet i en ort. Klubbens verksamhet ingår i det lokala yrkeslivet genom nätverk av relationer mellan arbetsgivare (främst företag) och anställda, olika yrkesgrupper mm och bildar ett socialt och kulturellt kapital
- ✘ Golfens poäng- och bansystem, alla kan spela mot alla och uppleva rättvisa villkor. Detta särdrag ger de socialiserande nätverken styrka i det lokala samhället på ett för sporterna ett unikt sett.
- ✘ Träning i sociala och moraliska normer, vänlighet, artighet, fair play som värdegrund. Denna speciella funktion i golfspelandet kombineras med andra funktioner till golfens egen kultur.

## 6.3 Hälsfaktorer

- ✘ Särskild socialisation för unga och socialt samspel över generationsgränser som hittills främst skett inom redan deltagande familjer och samhällsgrupper finns i vissa klubbar som en fungerande faktor för social träning av andra socioekonomiska grupper än de vanliga.
- ✘ Allsidigt rörelsemönster och uthållighetsträning, fysisk träning och folkhälsa. Mobiliserar många fysiska och psykiska funktioner hos utövarna.

- ⊠ Folkhälsoekonomisk effekt- jämfört med ingen extra sport hos medlemmarna men även jämfört med riksgenomsnittlig motionsnivå i varje åldersgrupp skapas för de 490 000 golfspelarna per år

#### **6.4 Monetära ekonomiska faktorer inom näringsliv**

Golfsektorns olika delbranscher samverkar med andra branscher. Dessa utgör nätverk som dels förser golfverksamheterna med varor och tjänster men är samtidigt bärare av relationer som skapar nätverk. Vi har således ekonomiska flöden inom golfsektorn dvs klustret inom Sverige (geografiskt golfkluster) och utanför landet i det funktionella näringslivs- och exportklustret. Vi definierar detta ekonomiska system som bestående av flera värdeskapande processer.

- ⊠ Golfen skapar årligen ett BNP-tillskott på ca 4 000 mkr +/- 500 mkr vilket motsvarar ca 6000 årsarbeten
- ⊠ Golfekonomin skapar varje år ca 2 000 mkr i skatteintäkter 800 mkr till kommunerna.
- ⊠ Golfanläggningar skapar attraktivt landskap som ökar värden på fastigheter och landskapet som helhet
- ⊠ Golfbanor ägs av medlemmar till 75 % och till 25 % av privat, offentligt stöd är sällsynt. Detta ger social träning , ekonomiskt ansvarstagande och egenmakt.
- ⊠ Golfklubbar och golfare har starka nätverk med näringslivet på många olika sätt och bygger ett socialt kapital som växer samman med ekonomiskt kapital och lokala nätverk i ekonomi och näringsliv
- ⊠ Den globala golfbranschen , golfresor, företagares resor till varandra, konferenser i många branscher. Allt detta skapar affärssamverkan internationellt och gynnar företagen på många sätt vilket gynnar näringslivet i varje svensk golfkommun och därmed dess utveckling.
- ⊠ Golfturismen är en viktig faktor. Under 1-jan-28 sept 2013 bokade utländska golfare 72 584 ronder i Sverige (Svensk Golf juli 2013). För hela året kan vi beräkna volymen till 80 000 st.

#### **6.5 Lokal värdeanalys dvs nyttovärden skapade av golfverksamheter i en kommun**

Golfporten i Sverige bör ses som summan av alla klubbarnas och anläggningarnas utbud. Variationen i verksamhet, profilering av tjänster, medlems- och målgruppstrategier är stor. Utöver kärnverksamheten finns ofta unika värden i en klubb. Det samlade utbudet består av

klubbar som på ett lokalt och regionalt plan skapar en struktur där vissa satsar starkt fokuserat t ex på ungdom och träning för elit och andra för äldres motion och rekreation. Några klubbar är fokuserade på turist – och greenfeemålgrupper andra på lågpris och självservice av olika slag. Värdeskapandet på en nationell nivå ”för det samlade golfsystemet” kan då nå en bra höjd. I verkligheten har nästan alla klubbar en mix av olika värden dvs service till olika målgrupper etc. i samma klubb.

### **Kalkyler för analys av värdeskapande i en lokal förening/klubb i en kommun**

Många andra sporter erhåller sina delar av de årliga kommunala driftkostnaderna för sportanläggningar. Årsvärdet totalt i Sverige är 8 mdr skr per år (2012) Det ses som stöd (resurstöd) från kommunen och gäller särskilt de dyra simhallarna, ishallar, bollplaner och hallar mm där dessa sporter har tillgång till kommunala arenor mm och där subventioner utgår från kommunen för dessa anläggningar. Till denna summa kommer också aktivitetsbidragen, delvis betalda av staten via RF och förbunden. Golfen erhåller sådana bidrag.

Hur är då värdeskapandet i en förening som som här får tjäna som ett typiskt exempel i ?

Vår analys här nedan visar (preliminära och grova beräkningar) de olika värdeskapanden som med 800 medlemmar skapar varje år och därmed skapar för kommun och dess invånare. Vi summerar här värdena per år orsakade av verksamhet. har bedömt sina medlemmars frivilliga timmar till tim per år. Dessa timmar kan värderas med de schablonvärden som används vid värderingar av ideellt arbete i Sverige. Ett sådant värde är 125 kr per tim för vuxna frivilliga och 75 kr för unga. Vi får om vi använder snittvärdet 100 kr per tim totalt 780 000 kr i värdeskapande. IEC använder det mer rimliga värdet 150 kr och då skapandet 1 170 000 kr.

Djupare analyser av vad föreningen gör för nyttovärden för ungdom för fysiskt, psykiskt och socialt svagare/funktionsnedsatta yngre, medelålders och äldre eller för överviktiga etc kan visa mer speciella värden på varje timme där funktionaliteten i timmen är hög pga ledarens eller tränarens särskilda kompetens. Då kan värdet per timme ses som vad det skulle ha kostat att yrkesverksamma professionella yrkesutövare hade gjort insatserna och timmarna i dessa. Priserna/kostnaderna per timme är i sådana fall i nivån 500-1000 kr eller högre. Vid 500 kr per timme blir insats värd mkr. *IEC har genomfört sådana beräkningar i andra kommuner och BA Larsson har gjort det för 25-30 andra frivilliga organisationer i landet och båda fallen tycks en vanlig relation vara att alla dessa frivilliga organisationer skapar värden som 4-7 ggr större än de ersättningar/bidrag de får från sin kommun. Det betyder att det blir en hög utväxling av offentligt föreningsstöd.*

Idrotten utför varje år motsvarande 70 000 heltidsarbeten på ideell basis. För Sverige som helhet är värdet av detta räknat med 150 kr per timme de 70 000 årsarbetena ggr 2000 tim = 140 milj tim ggr 150 kr = 21 000 mkr dvs drygt två ggr det som sätts in sporten från offentlig sektor.

### **Massmediavärdena lokalt, regionalt och riks, total räckvidd per år.**

I varje ort i Sverige utövas och skapas sportverksamheter av olika slag. Detta kan ses som grunden i det sociala och kulturella livet ( se Putnam). Kostnaden för att skapa - kommunikationen på andra sätt. Attitydpåverkan mm i och utanför mot alla medborgare med avtagande effekt på större avstånd motsvarar en alternativ kostnad med reklam, PR på några mkr per år . Dessa värden bör mätas kommande år i de större klubbarna och dess kommuner.

### **Publiken vid större evenemang lokalt ger profilvärden för platsen och kommunen**

En publik på 10 000 personer vid ett evenemang eller över en säsong och flera små evenemang skapar exponering för orten vars värde kan uppskattas till 100 000 kr om värdet per kontakt sätt till 10 kr. Även högre värden skulle kunna användas för dessa kontakter om de leder till planerade och spontana affärskontakter. Golfevenemang har god räckvidd i näringslivet.

### **Invånarnas intresse, positiva upplevelser, stolthet och deltagande i nationell sport.**

Alternativa vägar att skapa dessa upplevelser, stolthet mm beräknas till vad det skulle kosta att skapa dessa värden. För en period på 10 år blir det skapade upplevda värdet att samhället (kommunen plus allt som finns där) ett stort värde som ackumulerats över lång tid. Flera orter i Sverige ( tennisens Wimbledon och Båstad) och internationellt ( golfens S:t Andrews och Augusta) visar hur starka ortsnamn skapas genom upprepade sportevent.

### **Klubbens erhållna stöd och samtidigt inkomstskapande monetära värden relativt kommunen**

Golfklubbar har endast i vissa fall stöd och subventioner ( t ex lågt markarrende) men en del aktivitetsbidrag för verksamheter. Det sammanlagda monetära värdet som skapas i en golfklubb per år ger vid t ex 3 mkr i intäkter ca 20 % av detta i kommunskatteinkomster ( via en kedja av effekter).

### **Förbättring av folkhälsa för alla golfare i kommunen orsakad av verksamhet i golf**

Klubbens gemenskap lockar till spel och företagssamverkan skapar ofta golfspel för företaget i tävlingar mot andra företag etc. Regelbunden motion och friluftsliv och social samvaro har positiva effekter för klubbmedlemmarnas hälsa. Klubbmedlemmar kan förbättra sin hälsa med **låt oss anta** 10 % per år ger per individ i genomsnitt. Det ger minskad samhällskostnad med 10 % av 25 tkr ( genomsnittlig sjukvårdskostnad per invånare i alla åldrar och år) 2500 kr per år. För en klubb med 1000 medlemmar kan i så fall hälsoekonomisk effekt bli 2,5 mkr per år om detta är ett korrekt bedömt värde. Till detta kommer att medlemmarna och alla event engagerar andra individer mer eller mindre via familjer, släktskap, kamrater i skola och arbetsplatser.

### **Arbetsplatsen och samverkan med golfsportens i nätverkskapande**

En speciell målgrupp för golfen är förvärvsarbetande medelålders och äldre kvinnor och män i privata företag men också anställda i offentlig sektor. Klubbmedlemskap och golfspel ger där



många samverkande positiva effekter.

Vilka intäkter finns det vid frånvaro och vad kan golfen bidra med? Vad blir kostnaden för frånvaro vid olika lösningar? Utan åtgärd? Med övertid, mertid eller fyllnadstid? Genom ökad effektivitet, överutnyttjande eller köpta tjänster? Är det lönsamt att ha viss överanställning? När är det lönsamt med vikarie? Vilka övriga kostnader finns vid frånvaro? Vad blir skillnaden vid sjukfrånvaro jämfört med annan frånvaro. Vilka kostnader tillkommer när en individ kommer tillbaka i arbete? Hur blir det när personen rehabiliteras tillbaka till samma arbetsuppgifter jämfört med omplacering?

Samhällsekonomiska lönsamheten av förebyggande åtgärder  
Vad tjänar samhället på minskad sjukskrivning och förtidspensionering? Vilka kostnader för förbättrad arbetsmiljö och hälsa är rimliga?

En serie av sådana hälsoanalyser bör göras och relateras till golfens fysiska och psykiska goda effekter för både prevention och rehabilitering. Företagshälsoarbete med golf som instrument kan ge betydande hälsoekonomiska effekter.

### **Minskad utflyttning av medborgare från orten och kommunen**

Vi antar här (ett rimligt antagande) att det stärkta namnet och de positiva laddningarna i vilka värden som finns i kommunen som sportkommun mm har den effekten att varje år 2 vuxna personer väljer att inte flytta från kommunen *varje år* vilket ger ökad BKP, BruttoKostnadProdukt med 2 ggr 600 tkr per år =1,2 mkr. Under fem år blir det 6 mkr mer som effekt av detta plus 4 år med ytterligare 2 personer, under 3 år med ytterligare 2 personer etc. Det blir från 2013 fram till 2018 sammanlagt 15 mkr i samlade kommunal BKP. Kommunskatteintäkten blir t ex 3 mkr under dessa 5 år.

### **Inflyttning av medborgare till kommunen**

För enkelhetens skull gör vi här en motsvarande kalkyl som ovan där vi antar att 2 vuxna varje år flyttar in som en följd av ökat varumärke, sport etc. Det ger BKP på 1,2 mkr per år. Det samlade värdet för kommunskatteintäkten under 5 år blir som ovan 5 mkr mkr.

### **Minskad utflyttning av företag**

Detta värde är mycket svårt att bedöma. Vi vet från regionalekonomisk forskning att enstaka företag kan välja att lokalisera sig i en ort eller flytta därifrån av ett stort antal anledningar. Vi kan varje år se sådana händelser i landets kommuner. Några av dessa flyttningar kan ha sitt ursprung i att ägarna och deras familjer påverkats av orters allmänna attraktivitet med sport och andra fritidsaktiviteter (vi bortser från alla andra faktorer här). Antag t ex att ett av företagen (inkl personer med F-skattsedlar) flyttar ut av en sådan anledning och att det har 5 anställda som skapar en BKP på 5 ggr 600 tkr =3 mkr per år under en period på fem år. Det blir ett bortfall av kommunalskatt på 0,6 mkr per år och under 5 år 3 mkr.

### **Inflyttning av företag till kommunen**

Vi gör här ett motsvarande antagande som ovan. Med ett inflyttat företag med 5 anställda som effekt av sport-attraktionseffekten blir det ytterligare BKP på 3 mkr och därmed 0,6 mkr per år i kommunal skatteintäkt.

### **Inkommande turism som effekt av en attraktivare ort eller kommun med sportprofil**

Besöksnäringen är enligt riksgenomsnitt 3 % (exklusive sportens 2 %). Vi kan se det som rimligt att ökad attraktionen genom golfprofil ökar dagsbesök och längre besök dvs skapar högre BKP per år innebärande en ökad kommunal skatteintäkt varje år.

### **Samlad effekt på BKP genom golfverksamhet i kommunen**

Sportsektorn utgör ca 2 % av BKP även lokalt (genomsnittsvärde men med betydande variation inom landet) och denna sektor växer med 3-4 % per år (riksgenomsnitt). Golfen utgör ca 5 % av all sportkonsumtion och produktion i en kommun i genomsnitt. Det innebär att vi kan utgå från att vissa kommuner där golfsektorn är mycket stor och ger stor effekt på BKP medan dess andel är mycket låg i kommuner där golfbanor saknas och invånare pendlar till golf i andra kommuner.. Till detta kommer attraktionen i termer av bättre befolknings- och företagartutveckling (inflyttning minus utflyttning) och ökad besöksnäring. Ytterligare effekter är effekter på folkhälsa genom mer motion, mindre sjukskrivning etc. Sammantaget kan en sådan kommun bedömas ha minst ett par % bättre BKP per år än en kommun som saknar dessa plusvärden. Det skulle betyda bättre BKP än annars som ger mer k-skatte samt med bättre hälsa och minskad ohälsa för några mkr genom lägre kostnader för kommunen, landstinget och staten varje år.

De nätverkseffekter som skapas inom golfklubben i olika affärsrelationer har betydelse. De olika avsnitten ovan försöker visa hur dessa effekter leder till mer ekonomisk aktivitet i kommunen och då till fler jobb och högre BKP och skatteintäkter jämfört med om kommunen saknar golfnätverk.

### **6.6 Miljömässiga etc effekter generellt**

Golfens anläggningar skapar ofta bättre landskap, värdefulla biotoper och ökad artrikedom. Golfanläggningar kan anläggas och drivas miljömässigt uthålligt i en kommun vilket tidigt visades i några svenska och internationella anläggningar.

### **6.7 Psykologiska, sociologiska, sociala och etiska effekter, demokratifostrande, värdegrunden i samhället**

Bo Carlsson ( 2004, Idrottsforum.org) sammanfattar om de sociala effekterna påföljande sätt

*En annan aspekt på golfens utbredning är homogenisering av kulturer (Weed & Bull, 2004). Golfturister, hävdar Sean Gammon (2004) vill känna igen sig (träffa själsfränder) i det obekanta (nya turistmål). I kölvattnet efter golfens globalisering och dess homogenisering av kulturer riskerar kulturella skillnader härmed att suddas ut, något som i förlängningen skapar enformighet/standardisering. I ett samhällligt (politiskt) perspektiv är det härvid viktigt att golfresan även blir en upplevelse av kulturell särart.*

Denna sociala och kulturbyggand kraft i en internationell sport ger effekter på flera plan. Företagen i Sverige och anställda i dessa använder just den egenskapen. Antalet affärskontakter i Sverige och internationellt och de effekter dessa leder till bör undersökas mer. Denna faktor omnämns i texter om golf som en positiv egenskap i sporten. Vår slutsats stannar vid att den bidrar till nätverkskapande lokalt i varje svensk golfort och i internationella affärskontakter ( se beräkning av BNP-effekter i varje ort i Sverige).

Övriga sociala värden, etiska och moraliska värden vid motion och tävling är speciella för golfsporten. Här kan framtida studier belysa effekter av detta.

## **7. Diskussion om de av de olika värdena och mätproblemen samt summeringar**

Den genomgång vi genomfört i kapitel 4,5 och 6 ger oss en serie faktorer som värderats med omdömen hämtade i olika rapporter och en del primärdata från olika källor.

Här görs försök att sammanställa alla faktorerna och de värderingar vi gjort i en total index.

Ett sätt att göra beskriva värderingarna i ett mätsystem , och med både intervall- och kvotskalor är en ”översättningar” till ekonomiska värden.

Trots att det saknas god statistik i de flesta värdeområdena har vi ändå kunnat skapa en hygglig bild av golfsportens olika värden. De monetära värdena är väl belagda eftersom golfen redan ses som en näringsgren där marknadsekonomin styr. Svårare är de andra dimensionerna som vi vill mäta. Det gäller psykiska, sociala, kulturella, etiska, miljömässiga m fl dimensioner. På en total nivå för hela Sverige kan makroekonomiska och folkhälsoekonomiska bedömningar göras som vi ser i denna rapport. På mikronivå dvs i var och en av de 450 klubbarna

### **7.1 Nyttan av golf i olika åldersgrupper socialt, ekonomiskt och folkhälsomässigt**

Golfen är en folksport med bredd i åldrar, geografi men med mindre deltagande i områden och hos befolkningsgrupper med lägre utbildning, lägre inkomster eller sjukskrivning och arbetslöshet. Detta senare gäller särskilt de tre storstäderna. I många mindre orter är den sociala rekryteringen mer jämlik. Yrkesaktiva med högre utbildning och med invandrarbakgrund från anglosaxiska kulturer ( där golf förekommer mer frekvent) har relativt högt deltagande.

#### **Barn och ungdom 5-17**

Golfen har potential att skapa deltagande och därmed högre värden för golfens sociala och fysiska effekter under tider för lågt utnyttjande. Andra sporter har större andel av barn och ungdom fn. Det gäller fotboll med ökande tillströmning även av flickor. Gymnastiken har stor andel i dessa åldrar och ridsporten en hög andel av flickor. De egenskaper som utmärker bra ungdomssport är bl a följande:

## Golfens nyttovärden

- Ger alla barn möjlighet att prova på många idrotter, till en mindre summa pengar.
- Tar emot alla barn oavsett förutsättningar till utrustning.
- Ger alla barn den allsidiga träning som behövs som grund om man vill bli riktigt duktig i någon idrott.
- Ger alla barn en idrott som innebär utmaningar, stimulans, utveckling, självkänsla och glädje!
- Ger alla barn chansen att leka och ha roligt, samtidigt som de tränar viktiga bitar som motorik, teknik, samarbete, hänsyn, relationen och så vidare.
- Via leken utveckla barnet fysiskt, socialt, emotionellt och intellektuellt.
- Ger alla barn en starkare självkänsla och ett starkt självförtroende.
- Vill ge barnen en möjlighet att idrotta i en blandad grupp med flickor och pojkar.
- Ger föreningarna en möjlighet att visa upp sin verksamhet.

### **Vuxna 18-**

I princip samma diskussion som ovan men här tillkommer alla andra sociala nätverks som skapas, ett ökat social kapital. Det finns även här mer folkhälsoeffekter att utvinna ur golfen. En särskild nätverksbetydelse för ungdom finns i de rikliga företagskontakterna och de vuxna i denna miljö som gör att ungdom lättare hittar sommar- och praktikjobb samt ingångar i yrkeslivet ( golfklubben som ”arbetsförmedling”).

### **Äldre 65-**

De speciella värden fysiskt, psykiskt och socialt som skapas av att äldre med mer fri tid regelbundet deltar i olika nätverk, tävlingar och andra möten. Ofta på de tider när andra målgrupper inte kan spela. Denna egenskap hos golfanläggningen med utnyttjande mer jämt över dygnets ljusa timmar är ett plusvärde jämfört med andra anläggningsberoende sporter. Simhallar används av skola och ungdom liksom bollhallar.

### **Övriga demografiska faktorer, ålder, genus etc**

- ✘ Stor andel 5 % av befolkningen är medlemmar och/eller spelar golf : 460 000 personer
- ✘ Hög andel av spelare är flickor, kvinnor
- ✘ Personer med invandrabakgrund är högre än väntat , lägre andel i socialt svaga invandrargrupper men högre i yrkesaktiva och kvalificerade grupper särskilt från utvecklade ekonomier.
- ✘ Stor andel av äldre personer spelar golf : 300 000 (?) över 40 år

Den demografiska utvecklingen från den starka tillväxtperioden påverkar golfens utveckling på många sätt. Det stagnerande antalet yngre höjer genomsnittsåldern och andelen äldre med högre nytta av folhälsoförbättringar.

## 7.2 Ekonomiska och sociala faktorer inom näringslivet lokalt, regionalt och nationellt

Golfsektorn är en bred folksport men utgör också en viktig del av de nätverk som skapar det civilsamhälle som underbygger näringslivet lokalt och regionalt. Författaren ser denna egenskap som att de små och medelstora företagen, som nästan enbart är förankrade i sina orter, kommuner och län är inbäddade i starka nätverk av kunder, leverantörer, partners, samverkande företag och kommunala förvaltningar. Dessa nätverk skapar socialt kapital, förtroende, kulturella och branskmässiga nätverk och traditioner. Golfen, lokal lagidrott och andra lokala föreningar, kyrkor, köpmannaföreningar, ordnar etc har kommit att växa samman när marknadsekonomin expanderat från 1950-talet till idag. Vi kan här jämföra med resultat från den sk Gnosjö-forskningen som betonat denna förklaring till företagsdriven ekonomisk tillväxt ( se B Johannisson, J -E Nilsson m fl). Sverige har 950 000 företag (inkl FA-skattesedlar) dvs ca 10 % av alla invånare (vart 4:de hushåll) är involverade i dessa firmor, butiker etc. En stor del av dessa medverkar i den lokala golfklubben. Med en normalklubb med 1000 medlemmar bedömer vi att flera hundra (med 200 företag per klubb blir det ca 100 000 egenföretagare/företag) som är kopplade i golfklubbens olika nätverk.

- ⊠ Golfen skapar årligen ett BNP-tillskott på ca 4 000 mkr vilket motsvarar ca 7500 årsarbeten i klubbar och hos golfens leverantörer ( räknad med med genomsnittlig lönenivå för landet)
- ⊠ Golfekonomin skapar varje år 1 900 mkr i skatteintäkter varav 800 mkr till kommunerna.
- ⊠ Golfanläggningar skapar attraktivt landskap som ökar värden på fastigheter och landskap
- ⊠ Golfbanor ägs av medlemmar till 75 % och till 25 % av privata ägare, offentligt stöd är sällsynt, totalt under 1% av golfens kostnader i Sverige
- ⊠ Golfklubbar och golfare har starka nätverk med näringslivet på många olika sätt och bygger ett socialt kapital som växer samman med ekonomiskt kapital och lokala nätverk i ekonomi och näringsliv
- ⊠ Den globala golfbranschen , golfresor, företagens resor till varandra, konferenser i många branscher. Allt detta skapar affärssamverkan internationellt och gynnar företagen på många sätt vilket gynnar näringslivet i varje svensk golfkommun och därmed dess utveckling. En betydande nätverksskapande faktor i näringslivet.
- ⊠ Golfturismen är en viktig faktor. Under 1-jan-28 sept bokade utländska golfare 72 584 ronder i Sverige (Svensk Golf juli 2013). För hela året kan vi beräkna

- ✘ Skapar årligen ett BNP-tillskott på ca 4 000 mkr vilket motsvarar ca 7500 årsarbeten

Vi beräknar summan av dessa delposter inom lokal golfinducerad ekonomi och socialt kapital till ett lokalt årligt ekonomiskt värde på 1000-1500 kr. Med 1000 golfspelare i kommunen i en klubb är detta sociala,attraktions- och affärsrelationskapande värde således 1,0-1,5 mkr ( Se BA Larsson,IEC men också Westerbeek, Putnam m fl om socialt kapital). *För landets alla 450 golfklubbar mm blir värdet räknat på 490 000 medlemmar 500-900 mkr per år.*

### **7.3 Geografiska faktorer, attraktiva orter, besöksnäring etc**

- ✘ Golfbanor finns i alla 290 kommunerna eller i nära orter
- ✘ Golfbanor skapar besöksnäring på samma sätt som vissa andra sporter och sportevent
- ✘ Golfanläggningar är attraktiva för ökad företagsamhet i en ort eller
- ✘ Finns för 95 % av befolkningen inom pendlingsregion för fritidsaktiviteter ( 40-50 min enkelresa- dock oftast med bil vilket ger negativa växthuseffekter jämfört med enklare utomhussporter och motion i boendeområdet)

### **7.4 Hälsofaktorer**

- ✘ Särskild socialisation för unga och socialt samspel över generationsgränser
- ✘ Allsidigt rörelsemönster och uthållighetsträning, fysisk träning i många av 800 muskelfunktioner, få skador ur ekonomisk synvinkel ( vissa minusposter som rygg- och handledsskador nämns i litteraturen) och därmed bättre folkhälsa
- ✘ Folkhälsoekonomisk effekt antas vara hög i alla åldrar. Ett *räkneexempel* på säg 5 % minskad sjukkostnader (ersättning,vård,omsorg,förlorad BNP) för 490 000 pers per år ger värdeförbättringar på 490 000 ggr 0,05 ggr 35 000 kr per år = 800 mkr per år i total värdeeffekt dvs folkhälsoekonomiskt beräknat.

### **7.5 Miljömässiga etc effekter**

- ✘ Golfens anläggningar skapar bättre landskap, värdefulla biotoper och ökad artrikedom
- ✘ Golfanläggningar kan anläggas och drivas miljömässigt uthålligt- se kapitel 4

- ⊠ I en kommun som planerar bebyggelsen för en optimering av bostäder, fritidsmiljö ( och på sikt också arbete,service mm) och vill styra motion och sport till hög folkhälsoekonomisk och miljöekonomisk effektivitet är

### **7.6 Psykologiska, sociologiska, sociala och etiska effekter, demokratifostrande, värdegrunden i samhället**

- ⊠ Golfens poäng- och bansystem, alla kan spela mot alla och uppleva rättvisa villkor . Påverkar social och åldersbredden gynnsamt men även deltagande av personer med lindrigare funktionsproblem.
- ⊠ System med bokning och sammansättning av starttider i 4-grupper ger för sporter ovanligt många nya möten mellan individer och successivt över tiden breda grupper.
- ⊠ Golfen ger på ett bland sporter en relativt unik träning i sociala och moraliska normer, vänlighet, artighet, fair play som värdegrund mm.

## **8. Jämförelser i Sverige av golfen med andra sporter i olika dimensioner**

Alla hundra eller fler sporter är olika i de flesta avseenden. På elitnivå blir skillnaderna i träning, utrustning, taktik etc allt mer olika. Det betyder också att deltagande elit och breddmotionärer och åskådare uppfattar allt tydligare och i olika avseenden ”större” skillnader mellan olika sporter. De subjektiva upplevelserna gör att en sportande grupp eller dess publik har höga värderingar i termer av tävlingsspänning inom sin sport och lågt för en annan som de finner ointressant. Sporter bildar på detta sätt de välbekanta sociala gemenskaperna med stor entusiasm inom den egna sporten. Sporterna som livsstilsmarkörer och gemenskaper är under ständig utveckling där nya gemenskaper och sporter erövrar nya generationer och intressegrupper. För att kunna skapa jämförbarhet mellan sporter blir då lösningen att vi väljer ut eller konstruerar statistiskt mätbara variabler som kan användas för beskrivning av alla sporter. Typiska sådana variabler är antal deltagare ( med många problem i definitionen *deltaga* som antal tillfällen, tid vi varje deltagande, intensitet i deltagande etc) och t ex det ekonomiska måttet kostnader för deltagande som denna rapport särskilt beskriver dvs konsumtion och dess betydelse för samhällsekonomin och skatteintäkter i förhållande till samhällets kostnader.

Det är teoretiskt möjligt att välja bland ett stort antal dimensioner. Rapporten har dock som framgått valt och motiverat sina val från de som författaren uppfattar som de mest förekommande och diskuterade.

Golfens nyttovärden

### *Demografiska mått och begreppet folksport*

Golfen har med 5 % en stor andel av befolkningen som medlemmar och mer eller mindre aktiva : 491 000 personer men fotbollen med 1 050 000 når 11 % och friidrotten 503 000 dvs 5 % (alla enl RF 2012).

Lägger vi samman gång, vandring, jogging mm som individuell fritidsmotion och som massdeltaganden i ” friidrott” uppnås mycket höga andelar av befolkningen kanske 50 % räknat som en gång per vecka eller mer sällan.

En stor andel av äldre personer spelar golf ; 300 000 (?) över 40 år. Detta ger en ledande roll som äldresport(idrott) mätt som deltagande och särskilt som idrottstävling. Den demografiska utvecklingen från den starka tillväxtperioden påverkar golfens utveckling så att antalet äldre utövare fortsätter vara högt.

Den sammantagna åldersprofilen för golfare är en god räckvidd i alla åldrar. De flesta andra sporter har sin tyngdpunkt på barn och ungdom.

### *Nationalekonomiska effekter (BNP) av olika sporter – en kort reflektion*

I Sverige är golfen med 3,5-4,0 mdr skr nr tre efter nr ett hästsport 20-30 mdr skr och nr två fotboll 5-6 mdr skr.

### **Summering av nyttor eller värden i golf jämfört med några andra sporter**

Hur utfaller värderingen av golfsporten ställd mot andra sporter ? Här görs en subjektiv första ansats i rangordningar av några av sporterna mot alla de kriterier vi ställde upp i kapitel 7.

Först en fri diskussion baserad på intervjuer i expertnätverk runt IdrottsEkonomiskt Centrum sommaren 2013. Sporter utvalda för att de i olika avseenden kan ställas som alternativ till golfen:

#### *Hästsport*

En av de fem största sporterna i deltagande. Hög andel unga kvinnor och flickor. Involverar ryttare i hela verksamheten i dess olika arbetsmoment. Hushållen själva betalar en stor del. Skapar mycket stora ekonomiska effekter för hushållen och samhällsekonomin och skapar stora skatteintäkter och utgör 20-30 % av all sportekonomi ,beroende på hur vi definierar stödnäringarna runt ridverksamheten.

#### *Fotboll*

Den största deltagarsporten med 1,2 milj av medborgarna. Jämställdheten ökar. Svarar för 10 % av all sportekonomi. Höga kostnader för kommunerna. Hög andel barn och ungdom.

#### *Friidrott*

När högt deltagande beroende på hur massloppen skall bedömas. Är dessa stora massevent en särskild kategori med vandring,motion, jogging eller skall de ses som friidrottens ”löpgrenar”.



Golfens nyttovärden

### *Skidsporter*

När ett högt deltagande räknat som att en individ utövat skidåkning ( längd,utför,snowboard etc) en gång eller mer. Räknat på detta sätt är skidsporterna en mycket stor deltagarsport. Massmediatäckning och publikintresse är mycket stort i den nordiska skidkulturen.Som i alla sporter är dock den regelbundet aktiva gruppen liten och en stor grupp är de lågfrekventa nöjesåkarna.

### *Tennis*

En sport med stark ställning i vissa målgrupper och kommunalar med starkare socioekonomisk ställning.

### *Segelsporter och övriga båtsporter*

Stark ställning i vissa (seglings)kommuner och kustregioner och målgrupper. Mycket stor ekonomisk betydelse med ca en miljon fritidsbåtar i Sverige.

### *Cykel och cykelsporter*

Vardagscykling samverkar med cykelsporterna. Olika delsektorer finns i denna växande sektor (efter en stor volym under 40-talets första år).

### *Motorsporter*

Mycket stark ställning i vissa målgrupper (unga män från 18 år främst). Betydande ekonomiska effekter inom nätverk i fordon- och service och starka motorregioner.

### *Friskis & Svettis*

Denna organisation håller igång verksamheter i de flesta av landets orter och skapar motion för sina 521 000 medlemmar (2012). Golfen har liknande målgrupper i medel- och högre åldrar och finns också i dessa orter. Socioekonomiskt och kulturellt lokalt kan vi förmoda att de två sport/motionsformerna kompletterar varandra med t ex vinterträning på F&S och golf under sommarhalvåret.

**Total nytta i 8 faktorer för alla parter i samhället i ett preliminärt och mycket subjektivt försök av författaren att gradera några sporter- se det som diskussionsämnen- lägsta platssiffra sätts som 10 (Golf får 28 och Fotboll 37- alla andra får sämre värden )**

Graden av engagemang hos deltagare, publik och allmänhet, varje sport har högt **inom** sin grupp :

*1.Fotboll 2. Ishockey 3.Skidsporter.....ca 10 Golf*

+

BNP,antal jobb, företagsfrämjande lokalt, skatteinkomster:

*1.Hästsporter 2.Fotboll resp Golf*

Golfens nyttovärden

+

Socialisation, nätverksskapande, gemenskap i alla åldrar etc:

*1. Golf 2. Fotboll 3. Båtsporter*

+

Jämställdhet, jämlikhet :

*1. Vandring, promenader, jämlikhet 2. Alla typer av gym, gymnastik, F&S 3. Golf.....10. Fotboll*

+

Folkhälsoskapande i **alla** åldrar etc:

*1. Alla typer av vandring, jogging, promenad 2. Alla typer av gym, gymnastik, F&S 3. Alla typer av cykling 4. Golf.....ca 10 Fotboll*

+

Miljö- och naturvärden som minskar eller ökar naturvärden som biodiversitet, emissioner etc.

*1. Vandring, promenader, jogging 2. Cykling 3. Golf.....ca 10 Fotboll*

+

Globaliseringseffekt, integration mellan nationer, nätverk:

*1. Fotboll 2. Golf 3. Friidrott 4. Tennis*

+

Attraktivitet på platsen, i orten, kommunen som ger inflyttning, kvarstannande etc

*1. Fotboll 2. Ishockey 3. Golf*

Observera att en sammanläggning av platssifforna från de olika faktorerna innebär att vi sätter samma värde på varje faktor. Om t ex internationellt varumärkesbyggande för svensk golf är den viktigaste faktorn skall denna faktor väga tyngre än andra. Om folkhälsoeffekter är viktigast är golfens ranking där den tyngst vägande etc. Om jobbskapande och ekonomisk tyngd och därmed skatteinkomster är viktigast så skall den faktorn väga mest. Olika läsare av en rapport som den föreliggande har sannolikt olika värderingar i dessa dimensioner och därmed blir summeringen av de olika värdena olika. Golfen har dock som denna rapport försöker visa en mycket jämn och hög profil i alla värden. I förhållande till att de stora värdena skapas av medlemmarna/konsumenterna/golfbaneägarna själva och de offentliga stöden är mycket små ( mindre än 1 % av golfens intäkter) är golfsporten en av landets offentligt och effektivitetsmässigt sett bästa sporterna.

## Några exempel på berättelser och sportjämförelser under 2013

*Många gladdes när Henrik Stenson spelade hem FedEx-Cup och fixade den största svenska golftriumfen på länge.*

*Men den frispråkige triatlonprofilen Jonas Colting var inte lika imponerad. Han tog tillfället i akt att vädra sina allt annat än entusiastiska åsikter om golfen.*

*– En sport där rökande överviktiga människor kan hävda sig är för mig fullständigt ointressant ur ett idrottsligt perspektiv. Då kan man lika gärna hylla segraren ur kock-vm eller poker-vm eller vad som helst, sa Colting till SportExpressen.se förra veckan.*

### **"Golf är en glidaridrott"**

*Colting blev kritiserad för sitt utspel, bland annat av NHL-stjärnan Erik Karlsson. Men i SportExpressen.se:s hockeypodcast Boork vs. Nyström får han medhåll av legendariske tränaren och krönikören Leif Boork.*

*Denne känner nämligen också viss skepsis inför Stensons sport.*

*– Jag har inte tid att glida runt på en naturskön bana med tofsar på dojorna och Lacoste-tröja och keps och solglasögon i det senaste snittet och ägna sex-sju timmar åt att gå runt på en golfbana. Jag gillar inte glidaridrotter, och jag tycker att golf fortfarande är en sådan. Jag delar den här triatlonkillens åsikter till viss del. Du kan vara lite småfet och otränad och ändå blir världsstjärna. Med all respekt för Stenson, som gjorde det väldigt bra, och det är inte hans fel att han får 72 miljoner för besväret. Men hela den miljön är ingen miljö som jag känner mig särskilt komfortabel i, säger Boork i podcasten.*

### **"Hockey är svårare"**

*Boork tycker att golfare har det lättare jämfört med flera andra idrottare.*

*– Det är en svår sport. Den här redskapssporten, där du har en klubba, är oerhört svår, men hockey är mycket svårare än golfen. I golf står du med skorna på marken och ingen tacklar dig och du får ha tyst runtomkring dig. Jämfört med hockeyn, där du har ett halt underlag och folk tacklar dig, säger han.*

*Podcastkollegan och SPORT-Expressen-krönikören Magnus Nyström säger i avsnittet att en sak stört honom med golfsporten som helhet: den tysta publiken.*

*Något som Boork instämmer i.*

– Ja, tänk ett straffskott i hockey, om speakern skulle säga "silence please". Det är så långt ifrån världen vi lever i. Det finns en viss typ av finare miljö där du ska uppträda på ett visst sätt för att vara accepterad. Och det är det jag inte gillar, säger han.

Författarens egen kommentar om denna debatt är att golfsporten (mitt hcp 19) har mycket att kommunicera- i denna diskussionspunkt. Undertecknad spelade under mina aktiva år med maratonlöpning (10 st) med en kompis fyra ggr 18 hål en midsommarafton i Stockholm och avslutade vid midnatt med supé. Golfen har nästan alltid varit en fin motionsrunda under mina hittills 48 golfår. Och naturupplevelser med t ex ornitologiskt prat. Jag har sällan tävlat annat än för äran i bollen. Aldrig har den kostat särskilt mycket pengar per år.

## Referenser

### *Litteratur*

Abingdon, Oxon: Routledge 2011 (Sport in the Global Society - Contemporary Perspectives)

Agenda Club (1912) *The Rough or the Fairway: An Enquiry by the Agenda Club into the Problem of the Golf Caddie*, London: Heinemann.

Arrow, K., Bolin, B., Costanza, R., Dasgupta, P., Folke, C., Holling, C.S., Jansson, B.-O., Levin, S., Mäler, K.-G., Perrings, C. and Pimentel, D. *Economic Growth, Carrying Capacity, and the Environment*. Science 268: 520–521.

Asplund, Johan *Om undran inför samhället*, Argos, 1970

Blakey, Paul *Sport Marketing, Learning Matters*, Ltd, Exeter 2011

Book, Karin och Bo Carlsson, *Idrott och City Marketing*, Idrottsforum.org, 2008

Bourdieu, Pierre "Sport and Social Class", i *Social Science Information* 1978:6.

Brown, Matthew T., Daniel A. Rascher, Mark S. Nagel, Chad D. McEvoy, *Financial Management in the Sport Industry*, Holcomb Hathaway, Publishers, Inc. Arizona, 2010

Brylla, Charlotta "OS och dopningen", i *Dagens Nyheter* 29/7 2008.

Bucht, Eivor 2008. 'Stadsnära landsbygd – när många gör anspråk på marken' i Johansson, Birgitta (red.) *Ska hela Sverige leva?* Formas, Stockholm

Golfens nyttvärden

Carlberg, Johnny & Mats Robertsson, *Åttitalets svenska golfutveckling*, specialarbete GIH 1990:3.

Carlsson, Bo 2004. 'En essä om golfturism, the Anti-golf Movement och golfbanor med KRAV-märkning' på *idrottsforum.org*

Carlsson, Per och Claes Rehnberg, *Hälsoekonomiska Perspektiv*

Carlsson, Rolf, *Att socialiseras till elitspelare i tennis*, Stockholm 1987.

Carlsson, Rolf & Lars-Magnus Engström, *80-talets svenska tennisunder – en analys av spelarnas bakgrund och utveckling*, Stockholm 1986.

Chandler, A *The visible hand. The managerial revolution in American Business*, Harvard, 1977

Darby, Paul (2000) 'The New Scramble for Africa: African Football Labour Migration to Europe', *European Sports History Review* 3, 217-244.

Darling, Eliza 2005a. 'The city in the country: wilderness gentrification and the rent gap' i *Environment and Planning A* Vol. 37. Nr. 6 s.1015-1032

Darling, Eliza 2005b. 'Nature's carnival: the ecology of pleasure at Coney Island' i Heynen, Nik; Kaika, Maria & Swyngedouw, Erik (red.). *In the Nature of Cities: Urban Political Ecology and the Politics of Urban Metabolism* Routledge: New York

David, Paulo (2005) *Human Rights in Youth Sport*, London: Routledge.

Davies, John V. (1991) *Wallasey Golf Club 1891-1991*, Droitwich: Grant.

Donnelly, Peter M. & Petherick LeAnne (2004), 'Workers' Playtime? Child Labour at the Extremes of the Sporting Spectrum', *Sport in Society* 7.3, 301-321.

Edgren, Jan & Per-Hugo Skärvad, *Nätverksorganisationer*, Liber, 2010

Foster, Harry (1996) *Links Along the Line: The Story of the Development of Golf between Liverpool and Southport*, Stroud: Sutton.

Hedenborg, Susanna (2007) 'Stable Chores: When Leisure Becomes Work' in Engwell, Kristina & Söderlind, Ingrid (eds.), *Children's Work in Everyday Life*, Stockholm: Institute for Futures Studies, 101-116.

Hutchinson, Horace G. (1992) *Golf*, London: Longmans Green.

Hylton, Kevin; Bramhan, Peter; Jackson, David; Nesti, Mark (2001), *Sports Development: Policy, Process and Practice*

Drummond, Michael F m fl. (1988) *Methods for the Evaluation of HealthCare Programmes*,

Golfens nyttovärden

Edlund, Fredrik och Pia Holm, Per Karlsson & Peter Mattson, *Att utbildas till elitspelare i golf*, specialarbete GIH 1993.

Engström, Lars-Magnus *Idrott som social markör*, Stockholm 1999.

Fullerton, Sam, *Sports Marketing*, New York, NY: McGraw-Hill/Irwin 2007

Geertz, Clifford, *The Interpretation of Cultures*, (1973), Fontana press

Gröjer, Jan-Erik och Agneta Stark, *Social Redovisning*, 1978

Golf Research Group 2008. 'Current State of the Golf industry' <http://www.golf-research-group.com/start.html> (081208)

Guillet de Monthoux, Pierre, *Konstföretaget*, 1998, Bokförlaget Korpen

Harvey, David 2007. 'Neoliberalism as Creative Destruction' i *Geografiska Annaler. Series B. Human Geography*. Vol 88. Nr 2. s.145-158

Hägerstrand, Torsten 1986. 'Den geografiska traditionens kärnområde' i *Svensk Geografisk Årsbok*, 62.

Ibsen, Bjarne (red.), *Nye stier i den kommunale idraetspolitik*, (2009) Idrættens Analyseinstitutt

ILO, International Labour Organisation (1992) *World Labour Report*, Geneva: ILO.

Hacking, Ian *Social konstruktion av vad ?, Thales*, 2000

Heinilä, Kalevi "The totalization process in international sport. Towards a theory of the totalization of competition in top-level sport", *Sportwissenschaft* 1982/3

Hellberg, Björn *Det svenska tennisundret*, Helsingborg 1986, s 36

Hellberg, Björn (red.), *Svenska Tennisförbundet 100 år*, Stockholm 2006.

Houlihan, Barrie & Mick Green (red.), *Comparative Elite Sport Development: Systems, structure and public policy*, Oxford 2008.

Janson, Anders (red.), *Golf – den stora sporten*, Stockholm 2004.

Julin, Lennart "Svensk elitidrott i internationell konkurrens", i Johan R. Norberg & Jan Lindroth (red.), *Ett idrottssekel*, Stockholm 2002

Kotler, Philip, *Marketing Management*, 1977, 2000, Prentice-Hall

Layard, Richard (ed), *Cost Benefit Analysis*, (1980), *Penguin Modern Economics Reading*

Lindroth, Jan "Den moderna tävlingsidrottens intensifiering – principiella synpunkter och praktiska exempel på en försummad dimension", i *Idrott, historia och samhälle* 1998:4.

Golfens nyttovärden

Lowerson, John (1984) 'Sport and the Victorian Sunday: The Beginnings of Middle-Class Apostasy', *British Journal for Sports History* 1.2, 202-220.

Malachowski, Alan, *Richard Rorty*, Acumen 2002

Mansfield, Becky 2007. 'Privatization: Property and the Remaking of Nature-Society Relations – Introduction to the Special Issue' i *Antipode* Vol. 39 Nr. 3 s. 393-405

Muir, Richard 1999. *Approaches to Landscape* MacMillan Press Ltd:London

NEST 2002. *North East Scotland Together: Aberdeen and Aberdeenshire Structure Plan 2001-2016* Aberdeen City council & Aberdeenshire council

Nickson, E. Anthony (1986) *The Lytham Century*, Lytham, Author.

Norberg, Johan R. "Idrottsrörelsens utbredning, anslutning och sammansättning", i *Ett idrottssekel – Riksidrottsförbundet, 1903-2003*, kap 2, Stockholm 2002.

Norberg, Johan R. ,(2003) "Idrottens väg till folkhemmet. Studier i statlig idrottspolitik 1913-1970"

Normann ,Richard mfl *Invadörernas dans- eller den oväntade konkurrensen*, Liber 1989

Pars Minima (1910) *An Open Letter to English Gentlemen: With a Note on the Agenda Club*, London: Williams & Norgate.

Pitts, Brenda G. , David K. Stollar, *Fundamentals of Sport Marketing*, Third Edition Fitness Information Technology, Morgantown, WV 2007

RSPB Scotland 2008. 'Routing studie – an alternative course design'  
[http://www.rspb.org.uk/Images/Alternative%20Course\\_tcm9-189715.pdf](http://www.rspb.org.uk/Images/Alternative%20Course_tcm9-189715.pdf) (081208)

Porter ,Michael, *Competitive Advantage* ( 1998),

Putnam, Robert *Den fungerande demokratin*, SNS ,1996

Schelin, Bo *Den ojämlika idrotten – om idrottsstratifiering idrottspreferens och val av idrott*, 1985.

Sjöblom, Paul, *Den institutionaliserade tävlingsidrotten: Kommuner, idrott och politik i Sverige under 1900-talet*, Stockholm 2006.

Sjöblom, Paul "I drottsrörelsen och kommunen", i *Ett idrottssekel – Riksidrottsförbundet 1903-2003*, kap 7, Stockholm 2002.

Sjöstrand, Sven-Erik , *Samhällsorganisation*, Doxa ,1985

Stark Tobias , *Folkhemmet på is – ishockey, modernisering och nationell identitet i Sverige 1920-1972*, Malmö 2010.

Golfens nyttovärden

Stotlar, David K *Developing Successful Sport Marketing Plans*, Third Edition Morgantown, West Virginia University, 2009

Svenska Golfförbundet 2007. *En rapport om golfen i Sverige 2007*. Svenska Golfförbundet.

Svenska Golfförbundet 2000, *Golfsportens Miljöpåverkan*

Svenska Golfförbundet 1992, *Golfbanan – en tillgång i naturen*

Svensk Fotboll 2008. 'Dokumentbank – Ekonomi'  
<http://www.svenskfotboll.se/t3.aspx?p=288436> (081202)

Swedberg, Richard. 2006. 'Schumpeter, Joseph, A.' I Beckert, Jens & Zafirovski, Milan (red.) *International Encyclopedia of Economic Sociology* Routledge: Abingdon

Vamplew, Wray (2008) 'Exploited labour or successful workingmen: golf professionals and professional golfers in Britain before 1914', *Economic History Review*, 54-79

Williamson, Oliver; m fl *Perspectives on the Economics of Organization*, Lund Univ press, 1989

Wilson, Sam, *Managing Sport Finance*, Routledge, Taylor & Francis Group, 2011

Veblen, Thorstein *The Theory of the Leisure Class*, 1979, Penguin Books

Westerbeek, Hans (editor), (2012), *Global Sport Business : Community Impacts of Commercial Sport*,

Wijk, Johnny 'Det svenska 'golf- och tennisundret'. En parallell framgångshistoria – om tennisens och golfens elitutveckling samt en ansats till förklaringsmodell gällande orsaksfaktorer till idrottsframgångar', i *Idrott, historia & samhälle*, 2007.

### **Litteratur inom miljö, natur**

Bekämpning i praktiken 1998. Jordbruk, trädgård och skogsbruk. Natur och Kultur/LTs förlag

The Ecologist 080724. 'Taking a swing at golf'  
[http://www.theecologist.org/pages/archive\\_detail.asp?content\\_id=1912](http://www.theecologist.org/pages/archive_detail.asp?content_id=1912) (081208)

Ek, Richard & Hultman, Johan 2008. 'Sticky Landscape and Smooth Experiences: The Biopower of Tourism Mobilities in the Öresund Region' i *Mobilities* Vol 3. nr 2. s. 223-242

Foster, John Bellamy 2002. *Ecology Against Capitalism* Monthly Review Press: New York

Frouws, Jaap 1998. 'The Contested Redefinition of the Countryside. An Analysis of Rural Discourses in the Netherlands' i *Sociologia Ruralis* Vol 38, Nr 1, s. 56-68



Golfens nyttovärden

GAGM 1993. 'The Global Anti-Golf Movement Manifesto'  
<http://www.antigolf.org/english.html> (081208)

Gange, Alan C; Lindsay, Della E & Schofield J Mike 2003. 'The ecology of colf courses in  
*Biologist* Vol. 50 Nr. 2 s. 63-68

Tanner, R.A. & Gange, A.C. 2005. 'Effects of golf courses on local biodiversity' i *Landscape and Urban Planning* Vol. 71 Nr. 2 s. 137-156

TIGL 2007. *Golf & Leisure Resort. Menie Estate, Balmedie, Aberdeenshire: Environmental Statement Non Technical Summary* Edinburgh: Ironside Farrar Environmental Consultants

Walmsley, D.J. & Lewis, G.J. 1993. *People and Environment: Behavioural Approaches in Human Geography* Harlow: Longman

### **Utredningar**

*Föreningsfostran och tävlingsfostran – en utvärdering av statens stöd till idrotten*, SOU 2008: 59.

*IdrottsEkonomiskt Centrum* , se [www.idrottsekonomisktcentrum.se](http://www.idrottsekonomisktcentrum.se)

och Björn Anders Larssons studier med relevans till denna rapport:

*Studier av sportkommuner:*

*Landskrona*

*Lund*

*Båstad*

*Hylte*

*Tingsryd*

*Oskarshamn*

*Katrineholm*

*Gnesta*

*Vallentuna*

*Hofors*

*Umeå*

*Arvidsjaur*

Golfens nyttovärden

*Sorsele*

*Jokkmokk*

*Överkalix*

*Studier av regioner som helhet inkl alla kommuner:*

*Skåne*

*Halland*

*Sörmland*

*Uppland*

*Gästrikland*

*Västerbotten*

*Studier av specialidrottsförbund och dess sporter:*

*Handboll*

*Ridsporter*

*Triathlon och andra uthållighetssporter*

*Funktionella studier i sporter:*

*Behovet av sportmarknadsförare*

*Nationalekonomiska analyser av sport industry globalt*

*Utredning om alkoholkonsumtionens intäkter till sporter globalt och i Sverige*

*Om kvinnors andel av reklam- och sponsorpengar, löner till elitaktiva i alla sporter*

*Från SGF`s rapportbank på web*

- Idé om framtidens finansiering
- Golfbilar och golfmopeder 2011
- Utredning om mervärdeskatt 2010
- Utredning Nybörjarutbildningen 2007
- Organisationsutredningen 2007
- Rapport om golfen i Sverige 2007

## Golfens nyttovärden

- Slopeutredningen 2007
- Kundnytta med GIT 2006
- Demokratiutredningen 2005
- SGF:s IT-strategi 2001-2005
- Ag-Medlems utredning 2001
- Golfens Struktur Utredning 2001
- Banservice i framtiden 2001
- Jämställdhetsrapport 2000

## **Tidningar ,Tidskrifter och sportartiklar**

*Dagens Nyheter*

*Expressen*

*Golf i Sverige*

*Göteborgs-Posten*

*Göteborgs Tidning*

*Idrottsforskaren*

*Idrottsbladet*

*Idrott & Kunskap*

*Kvällsposten*

*Svenska Dagbladet*

*Svensk Golf (1970-)*

*Svensk Tennis*

*Tennistidningen (1960-2009)*

*Årets idrott*

## **Elektroniska källor**

[www.idrottsekonomisktcentrum.se](http://www.idrottsekonomisktcentrum.se)

[www.nordeg.se](http://www.nordeg.se)

[www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org)

Golfens nyttovärden

[www.rf.se](http://www.rf.se)

[www.scb.se](http://www.scb.se)

[www.snv.se](http://www.snv.se)

[www.golfecology.com](http://www.golfecology.com)

[www.golfenvironment.org](http://www.golfenvironment.org)

## **Bilagor**

### **Några aktuella rapporter, konferenser och kommentarer om dessa**

## **Idrottens samhällsnytta**

Idrotten är en av samhällets viktigaste resurser. Kort sammanfattat kan man säga att idrottsrörelsen i högre grad än övriga samhället fostrar mer fysiskt och psykiskt välmående individer.

#### **Ungdomar som idrottar:**

- mår fysiskt bättre
- mår psykiskt bättre
- ser mer positivt på livet och framtiden
- stressar mindre
- har bättre gemenskap med kamrater
- mobbar mindre
- röker mindre
- dricker mindre alkohol

#### **Dessutom:**

- Invandrare upplever att de blir bra bemötta inom idrotten
- Invandrarungdomar finns med i idrottsrörelsen i nästan lika stor utsträckning som ungdomar i allmänhet
- Idrotten utför varje år motsvarande 70 000 heltidsarbeten på ideell basis

Senast uppdaterad: 2012-05-

**Fri frakt** vid beställning på minst 99 kr för privatpersoner i Sverige - [Läs mer](#)

- **Häftad**
- **Språk:** Svenska
- **Antal sidor:** 298
- **Utg.datum:** 2012-05-23
- **Upplaga:** 1
- **Förlag:** [SISU Idrottsböcker](#)
- **Medarbetare:** Stattin, Håkan (förf.) / Wijkström, Filip (förf.) / Sjöstrand, Erik (förf.) / Hovden, Jorid (förf.) / Bjereld, Ulf (förf.) / Behrenz, Lars (förf.) / Petrelius Karlberg, Pernilla (förf.) / Hvenmark, Johan (red.)
- **Dimensioner:** 210 x 160 x 20 mm
- **Vikt:** 520 g
- **SAB:** Rb:oa
- **ISBN:** 9789186323424

"Självklart är idrott nyttigt!" säger de flesta utan att tveka. Men hur kan vi veta det och är det alltid så?

Idrott förknippas ofta med mervärden såsom demokratiarbete, jämställdhet, fostran och ekonomisk tillväxt. Antologin *Är idrott nyttigt?* utmanar till stor del dessa tankar. Blir idrottande ungdomar bättre samhällsmedborgare som vuxna? Stämmer bilden i idrottens idéprogram överens med verkligheten? Måste idrott alltid föra med sig ett mervärde, kan vi inte bara idrotta för idrottandets skull?

Bokens författare har alla olika forskningsbakgrund som filosofi, ekonomi och genusvetenskap vilket ger en varierad och nyanserad läsning som ställer många förutfattade meningar på sin spets. I diskussionen kring idrottens förhållande till samhället blir inte bara dess eventuella nytta problematiserad, bilden av idrottens mångsidighet och djup framträder också tydligare.

Är idrott nyttigt? vänder sig till idrottens representanter på alla nivåer - politiker, forskare, lärare, studenter och alla de X miljoner idrottande svenskar som vill få ett fördjupat perspektiv på idrott och samhällsnytta.

## **Idrott & samhällsnytta 23-24 maj 2012- ett dialogmöte**

23-24 maj arrangerade CIF tillsammans med RF ett dialogmöte "Idrott & samhällsnytta".

Du kan också följa konferensen före, under och efter på .

På dialogmötet kommer du att möta företrädare för idrotten, politiken och den akademiska världen för att tillsammans samtala om idrottens förhållande till samhället och ta del av den senaste forskningen.

Vi vill att dialogmötet:

- Ska utrusta dig med ny och nyanserad kunskap om ämnet i sig för att du dels ska kunna fatta egna kloka beslut och dels kunna påverka andra att fatta kloka beslut.
- Ska vara en kreativ mötesplats för idé-, erfarenhets- och kunskapsutbyte.
- Ska inspirera dig att omsätta ovanstående i handling.
- Ska väcka nya och intressanta frågor för fortsatt forskning.

Vi vänder oss till:

- Idrottens egna representanter på alla nivåer.
- Politiker med idrott som sitt intresse- och ansvarsområde.
- Forskare och lärare på landets högskolor och universitet som är intresserade av idrott.

Riksidrottsförbundet initierade under 2010 ett FoU-projekt vars syfte var och är att utveckla kunskapen om och bidra till samtal om just idrottens roll i och betydelse för samhället. I samband med dialogmötet kommer en rykande färsk antologi om ämnet att lanseras. Ett flertal av forskarna som medverkar i antologin, medverkar också på dialogmötet.

## **Uppsatsen *Idrottens ekonomiska effekter***

Detta är en Kandidat-uppsats från Linnéuniversitetet/Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap, PPI; Linnéuniversitetet/Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap, PPI; Linnéuniversitetet/Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap, PPI

Författare: Markus Korpinen; David Nilsson; Niklas Skoglund; [2012]

Nyckelord: idrott; ekonomi; samhällsekonomi; offentlig sektor;

Sammanfattning:

Denna kvantitativa fallstudie har som avsikt att nå insikt och förståelse i två fotbollsföreningar, Jönköpings Södra IF och Östers IF, och deras specifika situation. Syftet är att försöka framhäva vilka effekter en fotbollsförening har ur ett samhällsekonomiskt och offentligfinansiellt perspektiv. Dels har vi, genom enkätundersökning, tagit fram vad barn- och ungdomsspelare samt deras familjer satsar i form av tid och pengar, och dels har vi studerat föreningarnas årsredovisningar. Utifrån dessa siffror har samhällsekonomiska och offentligfinansiella kalkyleringar gjorts. Resultatet visar att det finns en stor betalningsvilja bland fotbollsfamiljerna som innebär ett samhällsekonomiskt värde på 25-28 miljoner kronor årligen. Vidare kan vi även se att de bidrag från den offentliga sektorn som ges till föreningarna betalas tillbaka med 700 % respektive 1 100 % i form av olika skatter och avgifter. Studien skall ses som ett bidrag till diskussionen angående idrottens ekonomiska

effekter och visar genom konkreta exempel på hur det går att mäta centrala värden inom idrotten

## **Sports in Civil Society: Networks, Social Capital and Influence** **Ørnulf Seippel**

*European Sociological Review* 23 (2007)

Idretten utgör den störste typen av frivillige organisasjoner i mange europeiske land. Denne artikkelen ser på posisjonen, sentraliteten og innflytelsen til frivillige idrettslag som en spesifikk del av sivilsamfunnet. Analysen tar sitt utgangspunkt i sosiale nettverk mellom ulike organisasjonstyper, og disse nettverkene består av overlappende medlemskap: en person som er medlem av en religiøs organisasjon og et idrettslag representerer med det en relasjon mellom disse organisasjonstypene. Slike nettverk gjør kommunikasjon, overtalelse og innflytelse mulig, og ut fra dette analyseres så idrettslagenes posisjon, sentralitet og innflytelse i sivilsamfunnet. Artikkelen ser på relasjonene mellom den organiserte idretten syv andre typer av frivillige organisasjoner. Data er basert på norske spørreundersøkelser fra 1982, 1990 og 2003, og dermed er det også mulig å følge utviklingen av idrettslagene plass i sivilsamfunnet over en periode på 20 år. Resultatene viser at idrettslagene er innflytelsesrike i kraft av sin størrelse, men at de relativt sett er svakt forankret og posisjonert i sivilsamfunnet. Denne posisjonen er imidlertid forsterket noe relativt til andre typer av frivillige organisasjoner gjennom de siste tyve årene. Når det gjelder idrettslagenes forhold til hver enkelt av de andre frivillige organisasjonene ser disse ut til å ha bli ”normalisert”, og idrettslagene er ”nærmere” de fleste andre typer av frivillige organisasjoner i 2003 enn i 1982.

Emneord

Sivilsamfunn

Idrettsorganisasjoner

Idrett

Frivillige

Sport

frivillige

organisasjoner

## **Om sosialt og kulturellt kapital mm ( ur BAL recension av Westerbeek mfl)**

*Ramón Spaaij* tillsammans *Hans Westerbeek* i ett avsnitt ” *Sport business and social capital: a contradiction in terms?* “ reser just frågan om de olika ideologiska och värderingsmässiga problem som finns i den snabba kommersiella utvecklingen. Går vi mot en produktifierad global miljardindustri som förlorar sin sociala och kulturella gemenskap med breddidrott, lokal publik med supportrar och frivilligkrafter ? I denna artikel diskuteras begreppet socialt kapital i relation till humankapital och kulturkapital med utgångspunkter från Bourdieu, Putnam m fl. De olika formerna av socialt kapital som utmärker gemenskapen är *bonding* (

sluter sig samman mot omvärlden etc), *bridging* (ger förmåga till samband med omvärlden) och *linking* (medvetandegör förmåga att koppla sig "vertikala" strukturer i samhället). Artikeln avslutar med med exemplen *Nike* och *The Homeless World Cup* i fotboll som är en växande global verksamhet.

*Fred Coalter, Department of Sports Studies, University of Stirling, UK*

Här gör Coalter en begreppsanalys av social kapital ställt mot humankapital och vad vi kan förstå av dessa begrepp inom sportsektorn. Han prövar sociologen James Colemans och statsvetarens Robert Putnams två olika diskursiva bestämningar av socialt kapital och använder sedan sina skapade perspektiv ställas mot en idrottsorganisation i en konkret fallstudie. Socialt kapital som täthetskapande närhet och som en grund för humankapitalets utveckling eller som bobryggande mellan individer ger djup åt analysen. Fallstudien gäller Mathare Youth Sport Association (MYSA) som visar olika fenomen som gäller social utveckling. Mathare är en mycket fattig stadsdel nord-östra Nairobi med 500 000 invånare. Från 1987 och med start i fotboll utvecklas där alltmer sociala åtgärder där växande halvprofessionella MYSA-lag som även vunnit nationella ligan ger resurser för lokal utveckling. Den sammanfattande diskussionen ger en bred teoriöversikt från sociologi, statsvetenskap och management science med referenser till Portes, Landholt och Fukuyama. Artikeln bör läsas också inom idrottshögskolorna i Norden.

## **Källor mm enligt olika organisationer**

The Federation changed its name from the "World Amateur Golf Council" in 2003. It was founded in 1958 for the purpose of arranging international amateur competitions and it organises two World Amateur Team Championships, the [[Eisenhower Trophy]] for men and the [[Espirito Santo Trophy]] for women.<ref>{{cite web |url=http://www.internationalgolfederation.org/History/Index.html |title=International Golf Federation – History |accessdate=19 February 2013 }}</ref>

### **Research and Markets**

([http://www.researchandmarkets.com/research/jfqgcb/2013\\_u\\_s\\_golf](http://www.researchandmarkets.com/research/jfqgcb/2013_u_s_golf)) has announced the addition of the "2013 U.S. Golf Courses & Country Clubs Industry-Industry & Market Report" report to their offering.

The 2013 U.S. Golf Courses & Country Clubs Industry report, published annually , contains timely and accurate industry statistics, forecasts and demographics.

The report features 2013 current and 2014 forecast estimates on the size of the industry (sales, establishments, employment) nationally and for all 50 U.S. States and over 900 metro areas. Other data include financial ratios, number of firms, payroll, industry definition, 5-year historical trends on industry sales, establishments and employment, a breakdown of establishments, sales and employment by employee size of establishment (9 categories), and estimates on up to 10 sub-industries.



## Golfens nyttovärden

Barnes Reports' Industry & Market reports are an essential part of any GAP analysis, benchmarking project, SWOT analysis, business plan, risk analysis, or growth-share matrix.

\*Please note, this report offers statistical information only and does not include an analysis of the figures

### Industry Definition and Related Industries

NAICS 71391: Golf Courses and Country Clubs . This industry comprises (1) establishments primarily engaged in operating golf courses (except miniature) and (2) establishments primarily engaged in operating golf courses, along with dining facilities and other recreational facilities that are known as country clubs. These establishments often provide food and beverage services, equipment rental services, and golf instruction services.

### Related Industries

- Spectator Sports
- Fitness Clubs
- Weight Loss Centers
- Fitness Equipment Manufacturing

### U.S. Census Categories

NAICS 71391 - Golf Courses & Country Clubs is:

- 100% comparable to SIC 7992 - Public Golf Courses
- 70% comparable to SIC 7997 - Membership Golf clubs

### Sub-Industries

- Public golf courses
- Country club, membership
- Golf club, membership

For more information visit

[http://www.researchandmarkets.com/research/jfqgcb/2013\\_u\\_s\\_golf](http://www.researchandmarkets.com/research/jfqgcb/2013_u_s_golf)

The sports and recreation industry is tied to well-being, learning, and active leisure activities. The sports and recreation industry is focused on play-work, health and fitness, and active lifestyles. It places emphasis on the importance of active, recreational activities, many of which include sports. The sports and recreation industry covers runs the spectrum from community upstarts to professional teams, and is involved in the operations of sports and recreation facilities as well as smaller sports clubs.

These facilities may include equipment and services such as: fitness apparatus, racquet sports, skating, swimming, and or ball courts, amongst others. This industry is also composed of establishments to provide instruction of athletic activities to groups or individuals, spanning from children to adults. At time, the sports and recreation industry offers athletic instruction camps.

The facilities operated and staffed by the sports and recreation industry are dependent upon the provisions for a facility's funding. Such centers may be publicly or privately funded, non-profit, or operated through charity/volunteer organization. The sports and recreation industry, through the physical locations they support, offers different communities more opportunities to come together. This may be for a sporting event sponsored by the industry, or for instructional classes pertaining to the sports and recreation industry. Sports and recreation allows for positive effects to take place at every level of participation, and in turn produces greater levels of social capital in the areas in and around sports and recreation facilities.

[http://www.ngcoa.org/pdf/2011\\_Golf\\_Econ\\_Exec\\_Sum\\_SRI\\_FINAL.pdf](http://www.ngcoa.org/pdf/2011_Golf_Econ_Exec_Sum_SRI_FINAL.pdf)

## **Lista över golfsportens värden , PM från Golffrämjandet**

- ✘ Stor andel av befolkningen är medlemmar, spelar golf etc
- ✘ Hög andel dvs 50 % av spelare är flickor, kvinnor
- ✘ Personer med invandrabakgrund har hög andel
- ✘ Hög andel i socialt svaga invandrargrupper
- ✘ Fler än 16 % av alla är äldre än 65 år personer spelar golf
- ✘ Golfbanor finns i alla 290 kommunerna eller i nära orter
- ✘ Golfbanor ägs av medlemmar offentligt stöd är sällsynt
- ✘ Golfens poäng- och bansystem, alla kan spela mot alla med rättvisa villkor
- ✘ Allsidigt rörelsemönster och uthållighetsträning, fysisk träning och folkhälsa
- ✘ Möjligheter till året runt spel och träning
- ✘ Träning i sociala och moraliska normer, vänlighet, artighet, fair play etc
- ✘ Särskild socialisation för unga och socialt samspel över generationsgränser
- ✘ Folkhälsoekonomisk effekt antas uppnås särskilt i svaga grupper

## Golfens nyttovärden

- ⌘ Skapar årligen ett högt BNP-tillskott och många årsarbeten
- ⌘ Golfekonomin skapar varje år goda skatteintäkter till stat, region och kommun
- ⌘ Golfklubbarna är alltmer självständiga i att utveckla särart, lokal marknad etc
- ⌘ Golfens anläggningar skapar bättre landskap, värdefulla biotoper och ökad artrikedom
- ⌘ Golfanläggningar kan anläggas och drivas miljömässigt uthålligt, minimal växthuseffekt, gynnar våtmarker
- ⌘ Golfanläggningar är attraktiva för ökad företagsamhet i en ort eller kommun
- ⌘ Golfklubbar sedda som sociala gemenskaper utvecklar kulturella och etiska värden
- ⌘ Golfturism uppstår med närbesök och internationella besökare
- ⌘ Golfen bidrar till ekonomisk tillväxt, internationella kontakter etc
- ⌘ Golfen stimulerar värdefull forskning och utveckling

## Om nyttoanalyser generellt

Sportsektorn i samhället skapar flera typer av nytta för samhället men också olika kostnader och även onyttiga och ibland skadliga effekter. De olika sporterna har unika uppsättningar av sådana plus- och minuseffekter i sin omvärld och i samhället i stort. Hur dessa analyser går till skall belysas här. En förståelse av vilka egenskaper vi väljer ut och hur vi mäter dessa egenskaper är nödvändig för läsarens egen bedömning av vad rapporten visar. Det finns möjligen felaktigheter därför att vi väljer fel faktorer eller glömmer vissa samt att vi mäter dessa egenskaper på felaktiga sätt.

Metoden vi använder är beskrivningar av golfsektorn i input-output-liknande kedjor där vi utgår från varje utvald och identifierad nytta och försöker beskriva och värdera effekter i olika avseenden av denna nytta. Metoderna hämtas från verktyg som cost-benefit, cost-utility och effekt-effekt-analyser.

Alla aktiviteter, evenemang etc har *effekter*. Genom att beskriva *aktiviteterna* och effekterna kan vi skapa sammanhängande *input-output-system* för vad som sker i varje enskilt fall och genom att sätta samman dessa aktiviteter i t ex en kommun kan vi skapa sådan input-output-analyser för all idrott i kommunen. Genom att studera alla hushåll och individer (med

statistiska analysmetoder) i kommunen vad gäller deras konsumtion, deltagande etc kan vi beskriva sport och idrott som en konsumtions (efterfrågan på varor och tjänster)- och aktivitetssektor (fritidsdeltagande).

Ett ekonomiskt effektivitetsperspektiv erhåller vi genom att se vad nedlagda kostnader ger för effekter i nästa led i systemet. Här kan i princip tre olika ansatser göras:

*Cost Effect Analysis (CEA) – kostnads-effekt (alt effektivitets-) analys*

*Cost Benefit Analysis (CBA)- kostnads-intäktsanalys mm*

*Cost Utility Analysis (CUA- kostnads- nytto analys t ex hälsoförbättringar, fler aktiva år*

### **Metoder för effektmätning av komplexa system helt generellt**

Citat från en hemsida för välkänt utvärderingsföretag (bl a) Ramböll:

Ramböll erbjuder tillförlitliga mätningar som tydligt visar resultat och effekter av en insats. Detta ger ett faktabaserat och kraftfullt underlag för beslut om strategier, policys och framtida projekt.

Genom våra vetenskapliga metoder mäter vi vilka effekter och resultat som kan härledas till en viss insats men också vilka resultat och effekter som påverkats av andra faktorer. Våra uppdragsgivare finns på lokal, regional, nationell och internationell nivå.

**Cost-benefit-analys (CBA)**, kallas även *kostnad-nytta-analys*, analysmetod som används för att väga fördelar mot kostnader i samhällsprojekt. Utredarna försöker väga in alla aspekter som kan räknas som vinster eller förluster skapade av projektet. Aspekterna uttrycks i monetära termer, t ex i kronor. Detta innebär att man sätter en prislapp på hur mycket en bra miljö eller en god hälsa kostar. I CBA:n tar man också hänsyn till uppskjuten konsumtion med hjälp av diskontering.

Diskonteringen innebär att man beräknar nuvärdet (present value) av framtida in- eller utbetalningar. Om man till exempel ska betala 100 kronor om tre år och årsräntan är 5 procent blir beloppets diskonterade värde eller nuvärde  $100/1,05^3=86,2$  ( $100/1,16=86,2$ ).

**Cost-effectiveness analysis (CEA)** is a form of economic analysis that compares the relative costs and outcomes (effects) of two or more courses of action. Cost-effectiveness analysis is distinct from cost-benefit analysis, which assigns a monetary value to the measure of effect.<sup>[1]</sup> Cost-effectiveness analysis is often used in the field of health services, where it may be inappropriate to monetize health effect. Typically the CEA is expressed in terms of a ratio where the denominator is a gain in health from a measure (years of life, premature births averted, sight-years gained) and the numerator is the cost associated with the health gain.<sup>[2]</sup> The most commonly used outcome measure is quality-adjusted life years (QALY).<sup>[1]</sup> Cost-utility analysis is similar to cost-effectiveness analysis. Cost-effectiveness analyses are often visualized on a cost-effectiveness plane consisting of four-quadrants. Outcomes plotted in Quadrant I are more effective and more expensive, those in Quadrant II are more effective

and less expensive, those in Quadrant III are less effective and less expensive, and those in Quadrant IV are less effective and more expensive. <sup>[3]</sup>

### **CUA in health economics**

In health economics the purpose of CUA is to estimate the ratio between the cost of a health-related intervention and the benefit it produces in terms of the number of years lived in full health by the beneficiaries. Hence it can be considered a special case of cost-effectiveness analysis, and the two terms are often used interchangeably.

Cost is measured in monetary units. Benefit needs to be expressed in a way that allows health states that are considered less preferable to full health to be given quantitative values. However, unlike cost-benefit analysis, the benefits do not have to be expressed in monetary terms. In HTAs it is usually expressed in quality-adjusted life years (QALYs).

### **Markovkedja**

Varje sektor i en ekonomi är kopplad till andra sektorer där vi kan beräkna graden av påverkan mellan dessa. Tillväxt i ekonomi i en sektor sprider sig till andra sektorer varifrån de sprider sig till nästa etc. I marknadsekonomiska system sprider sig också idéer och innovationer på detta sätt. Måttet på spridning i ekonomi är *elasticitet* (olika typer effekter i pris, efterfrågan etc) som svarar på hur mycket av ett flöde i sektor/bransch A sprider sig och skapar flöde i sektor B.

(enl Wikipedia)

En Markovkedja är inom matematiken en tidsdiskret stokastisk process med Markovegenskapen, det vill säga att processens förlopp kan bestämmas utifrån dess befintliga tillstånd utan kännedom om det förflutna. En Markovkedja som är tidskontinuerlig kallas en Markovprocess.

En Markovkedja som antar ändligt många värden kan representeras av en *övergångsmatrix*. Givet en sannolikhetsvektor, erhålles sannolikhetsvektorn för nästa steg i kedjan av multiplikation med övergångsmatrisen. Flera steg kan beräknas genom exponentiering av övergångsmatrisen. Det är även möjligt att beräkna processens stationära fördelning, det vill säga vad som händer då processen fortsätter i oändligheten, med hjälp av egenvektorer.

Markovkedjor har många tillämpningsområden, bland annat för att beskriva befolkningsprocesser och inom bioinformatik. Resultaten som ligger till grund för teorin om Markovkedjor framlades 1906 av Andrej Markov.

### **Hälsoekonomisk utvärdering, (exemplet SARA-projektet Enköping)**

Hälsoekonomiska utvärderingar syftar till att ge besked om hur stor effekt man kan förvänta sig av en viss insats och till vilken kostnad. Med kunskap om olika insatsers kostnadseffektivitet ges beslutsfattare ett underlag för hur de ändliga resurserna bör fördelas så att största möjliga måluppfyllelsegrad nås.

Hälsoekonomiska utvärderingar analyserar beslutsproblem rörande vilken av två (eller fler) alternativa insatser som är mest kostnadseffektiv. Det görs genom att jämföra insatsers kostnader och konsekvenser, i termer av effekter på hälsa och livskvalitet. Oftast jämförs en ny insats med "ingen insats", d.v.s. sedvanlig förfarande. Resultatet presenteras i regel som en kvot där de inkrementella (dvs. ökande) kostnaderna divideras med den inkrementella effekten, se box 1.

*Box 1. Inkrementell kostnadseffektkvot av insats A ("ny insats") och B ("ingen insats")*

$$\text{Inkrementell kostnadseffektkvot} = \frac{(\text{Kostnad A} - \text{Kostnad B})}{(\text{Effekt A} - \text{Effekt B})}$$

I Sverige är det vanligt att hälsoekonomiska utvärderingar genomförs som kostnadsnyttoanalyser med kvalitetsjusterade levnadsår, QALYs, som effektmått. I QALYs sammanvävs livslängd och livskvalitet i ett och samma mått. Beräkningen av QALYs sker genom att varje levnadsår multipliceras med en nyttovikt mellan 0 (motsvarande död) och 1 (motsvarande full hälsa) som överensstämmer med den hälsorelaterade livskvaliteten för det hälsotillstånd som man ämnar mäta. En stor fördel med denna typ av mått är att det kan användas oavsett typ av insats. Utfallet eller vinsten av olika insatser kan anges i QALYs och jämföras med respektive kostnader – kostnad per QALY. På detta sätt kan olika insatser rangordnas, där den mest kostnadseffektiva har den lägsta kostnaden per QALY.

Socialstyrelsen har [angivit](#) vissa riktmärken på vad som kan anses kostnadseffektivt, se box 2, men det finns [sannolikt](#) inget [fast](#) gränsvärde [i Sverige](#). En viss insats kan dock ges hög prioritet trots att kostnaden för ett vunnet QALY bedömts som högt om insatsen behandlar eller förebygger ett allvarligt tillstånd. Å andra sidan [kan en sådan prioritering leda till att](#) resurser satsas på verkningslösa interventioner riktade till människor med stora behov framför effektiva behandlingar riktade till människor med mindre behov.