

# BACHELOROPPGAVE

## Ringvirkningsanalyse av Sogndal Fotball

Analyse av regionaløkonomiske ringvirkninger i regionen Indre Sogn og Vik kommune.

av

133 - Sturle Råheim Økland

168 - Espen Pileberg Aahjem

103 - Magnus Nordrum Brøste

**Economic impact analysis of Sogndal Fotball**

Økonomi og administrasjon

BO6-2011

Mai 2016



## **Avtale om elektronisk publisering i Høgskulen i Sogn og Fjordane sitt institusjonelle arkiv (Brage)**

Jeg gir med dette Høgskulen i Sogn og Fjordane tillatelse til å publisere oppgaven «Ringvirkningsanalyse av Sogndal Fotball» i Brage hvis karakteren A eller B er oppnådd.

Jeg garanterer at jeg er opphavsperson til oppgaven, sammen med eventuelle medforfattere. Opphavsrettslig beskyttet materiale er brukt med skriftlig tillatelse.

Jeg garanterer at oppgaven ikke inneholder materiale som kan stride mot gjeldende norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppa samtykke i avtalen.

Fyll inn kandidatnummer og navn og sett kryss:

133 - Sturle Råheim Økland

JA  NEI

168 - Espen Pileberg Aahjem

JA  NEI

103 - Magnus Nordrum Brøste

JA  NEI

## **Forord**

Denne bacheloroppgaven handler om en fotballklubb som er forskjellig fra de andre Tippeligaklubbene. En klubb som mot alle odds befinner seg i Norges øverste divisjon. Denne oppgaven handler om Sogndal Fotball, som har gjort Sogndal til «Verdas einaste Tippeligabygd».

Det bor ikke mange mennesker i Sogndal, det bor heller ikke mange mennesker i Sogn og Fjordane. Ingen annen Tippeligaklubb enn Sogndal Fotball tilhører en region som er tynnere befolket. Det er heller ingen annen toppfotballklubb i Sogn og Fjordane. De nest beste klubbene ligger to divisjoner ned, og da må vi til byene lenger nord i fylket, Førde og Florø. Det er ingen åpenbar logikk i at Sogndal skal være en Tippeligabygd.

Sogndal Fotball spiller 15 hjemmekamper i året. 15 kamper som samler nærmere 50 000 tilskuere på Fosshaugane Campus. 15 kamper som underholder, engasjerer, skaper sinne, men også gleder. Kamper som skaper håp. Håp om å vinne, håp om å kunne feire 3 poeng, håp om å kunne sende bortelaget hjem, med 0 poeng. Og ikke minst, håp om å kunne se Brann-spillere og -supportere gå skuffet ut av Fosshaugane, etter å ha tapt for et bedre lag. Men også håp til barn og unge som en dag drømmer om å ta steget ut på Fosshaugane og spille for Sogndals stolthet. Men er dette alt? Er det bare dette som er Sogndal Fotball? Er det ikke mer enn 15 hjemmekamper og et par artikler i Sogn Avis? Eller er det mer?

Hvert år sponses Sogndal Fotball med over 17 millioner kroner, fra det lokale næringslivet. Er dette noe næringslivet gjør fordi de ikke har noe annet å bruke pengene på, eller kan det tenkes at Sogndal Fotball er en merkevare som bedrifter ønsker å assosiere seg med?

Kan det tenkes at Sogndal Fotball skaper økonomiske ringvirkninger for regionen? Kan det tenkes at Sogndal Fotball også skaper grunnlag for arbeidsplasser i regionen? Kan det tenkes at Sogndal Fotball gjør, ikke bare Sogndal, men også regionen mer attraktiv? Det er dette denne bacheloroppgaven handler om.

*Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende oppgave i studiet økonomi og administrasjon ved Høgskulen i Sogn og Fjordane for skoleåret 2015/2016. Vi ønsker å takke vår veileder Torbjørn Årethun som har vært en eminent veileder og gitt oss gode råd og tips i arbeidet. Vi ønsker også å takke Egil Mundal, daglig leder i Sogndal Fotball.*

## Sammendrag

Oppgaven har som formål å kartlegge verdiskapingen i Sogndal Fotball, og de økonomiske ringvirkningene for regionen som klubbens aktiviteter skaper. For å svare på problemstillingen har vi analysert regnskapstall og gjennomført intervjuer av personer i nær tilknytning til Sogndal Fotball og deres leverandører.

Sogndal Fotball er et lag i Tippeligaen, med en omsetning på 91,6 millioner kroner i 2014. Laget er lokalisert i Sogndal kommune i Sogn og Fjordane, og er den eneste toppklubben mellom Aalesund og Bergen på Vestlandet. Formålet med analysen har vært å identifisere verdiskapingen i Sogndal Fotball, og det grunnlaget klubben legger for verdiskaping hos leverandører, underleverandører og andre deler av næringslivet i regionen. Utgangspunktet for denne oppgaven er publikasjonen «Toppfotballens Samfunnsregnskap», utarbeidet av Oslo Economics i oppdrag fra Norges Fotballforbund.

Konklusjonen vår viser at Sogndal Fotball i 2014 hadde en netto verdiskaping på 36,1 millioner kroner og en total verdiskaping på 74,3 millioner. Dette gir en estimert ringvirkningsmultiplikator på 2.06. Dette innebærer at hver ansatt i Sogndal Fotball, skaper verdier nok i regionen til å kunne opprettholde 1.06 årsverk i andre virksomheter i privat og offentlig sektor i regionen. I «Toppfotballens Samfunnsregnskap» viser Oslo Economics til en ringvirkningsmultiplikator på 1.4-1.5 som en normalverdi for norske virksomheter.

I og med at Sogndal Fotball ligger i en ganske lukket region med færre muligheter for kjøp av varer og tjenester fra leverandører utenfor sin region, vil det være sannsynlig at de lokale ringvirkningene er større for Sogndal Fotball enn for virksomheter i mer urbane strøk. Lange avstander, relativt få innbyggere og kostbar transport av varer og tjenester grunnet lite utbygd infrastruktur gjør regionen mer lukket. Mer urbane regioner med høyere folketall, bedre infrastruktur er mindre lukket og øker mulighetene for å kjøpe varer og tjenester fra andre regioner.

## Summary

The purpose of this paper is to map the economic growth in Sogndal Fotball, and the economic repercussions for the region as a result of the club's activities. To answer the issue we have analyzed the accounting figures and conducted interviews of people in close proximity to Sogndal Fotball and their suppliers.

Sogndal Football is a team in *Tippeligaen*, with a revenue of 91.6 million NOK in 2014. The team is located in Sogndal in Sogn og Fjordane, and is the only team in “Tippeligaen” between Aalesund and Bergen in western Norway. The purpose of this analysis has been to identify the added value of Sogndal Fotball, and the groundwork the team lays for added value among suppliers, sub-suppliers and other enterprises in the region. The basis for this paper is the publication *Toppfotballens Samfunnsregnskap*, developed by Oslo Economics commissioned by *Norges Fotballforbund*.

Our paper concludes that Sogndal Fotball in 2014 had a net value added of 36.1 million NOK and a total value added of 74.3 million NOK. This gives an estimated regional multiplier of 2.06. This means that each employee in Sogndal Fotball, creates enough value in the region to maintain 1.06 employees in other enterprises in private and public sector. The publication *Toppfotballens Samfunnsregnskap* Oslo Economics presents a regional multiplier of 1.4 to 1.5 as a default value for Norwegian enterprises.

Since Sogndal Fotball is located in a fairly closed region with fewer opportunities to buy goods and services from suppliers outside their region, it would be likely that the local ripple effects are greater for Sogndal Fotball than for enterprises in more urban areas. Long distances, relatively few residents and costly transport of goods and services due to poorly developed infrastructure makes the region more closed. More urban regions with a higher population and better infrastructure is less closed and have better opportunities for buying goods and services from other regions.

## **Innholdsfortegnelse**

KAPITTEL 1 – INNLEDNING OG BAKGRUNN FOR OPPGAVEN.....	1
1.1 Avgrensning av regionen.....	2
1.2 Fotballens omfang i Norge .....	4
1.3 Identifisering av problemet .....	6
1.4 Regionen og Sogndal Fotball .....	7
KAPITTEL 2 – TEORI .....	10
2.1 Hva er en ringvirkningsanalyse? .....	10
2.2 Verdiskaping.....	10
2.3 Verdiskaping på makronivå .....	11
2.4 Regional økonomi .....	12
2.5 Ringvirkningsmultiplikatoren .....	14
2.6 Ulike typer ringvirkninger .....	19
2.7 Skatter og avgifter .....	21
2.8 Sponsor .....	22
KAPITTEL 3- METODE.....	23
3.1 Utvikling av problemstilling.....	23
3.2 Datainnsamling.....	23
3.3 Hvordan skal vi analysere datamaterialet? .....	25
3.4 Hvor god er de konklusjonene vi har trukket? .....	30
KAPITTEL 4 – RESULTAT .....	31
4.1 Kartlegging av ringvirkninger.....	31
4.2 Direkte virkninger .....	34
4.3 Indirekte virkninger.....	39
4.4 De induserte ringvirkningene .....	41
4.5 Ringvirkningsmultiplikatoren.....	46
4.6 De katalytiske virkningene .....	47
4.7 Drøfting .....	53
4.8 Konklusjon .....	55
REFERANSELISTE .....	57

## **FIGURER**

1.1 Kart over valgt region .....	2
1.2 Eierforhold i Sogndal Fotball .....	5
1.3 Innbyggertall for kommunene med Tippeligaklubb .....	6
2.1 Effekten av nyetableringer .....	12
4.1 Inntektsoversikt i Sogndal Fotball i 2014 .....	32
4.2 Kostnadsoversikt i Sogndal Fotball i 2014 .....	33
4.3 Verdiskaping i Sogndal Fotball 2014 .....	35
4.4 Gjennomsnittlig verdiskaping i Sogndal Fotball 2012-2014 .....	35
4.5 Tilreisende tilskuere og støtteapparat til hjemmekamper .....	51

## TABELLER

1.1 Noen av regionens største arbeidsplasser .....	8
3.1 Fordelingsnøkkel for offentlige tjenester .....	21
3.2 Omsetning per årsverk i næringsgrupper i år 2014 .....	30
4.1 Oversikt over driftsinntekter i Sogndal Fotball .....	32
4.2 Kostnadsoversikt for Sogndal Fotball .....	33
4.3 Nettoverdiskaping i Sogndal fotball 2012-2014 .....	34
4.4 Skatt av resultat 2012-2014 .....	36
4.5 Sammenligning av Sogndal Idrettslag Fotball og Sogndal Fotball AS 2012-2014 .....	36
4.6 Antall ansatte, etter avdeling og bosted i Sogndal Fotball .....	37
4.7 Antall ansatte og andel av regionen .....	38
4.8 Eiendomsskatt og festeavgift 2012-2014 .....	38
4.9 Kostnader i Sogndal Fotball, i og utenfor regionen .....	39
4.10 Fordeling av årsverk grunnet indirekte virkninger .....	40
4.11 Lønnskostnader i Sogndal Fotball 2012-2014 .....	42
4.12 Arbeidsgiveravgift og inntektsskatt generert av Sogndal Fotball .....	42
4.13 Lønn og inntektsskatt for Sogndal Fotballs ansatte .....	43
4.14 Innbetaling av inntektsskatt og formueskatt til kommunen .....	44
4.15 Kommunale avgifter for boliger .....	45
4.16 Sum skatter og avgifter betalt av ansatte i Sogndal Fotball 2012-2014 .....	46
4.17 Utbetalt utbytte i Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball 2012-2014 .....	46
4.18 Verdiskaping og virkninger i kroner og årsverk .....	52
4.19 Verdiskaping og virkninger i kroner og årsverk, tilpasset Oslo Economics .....	54



## Kapittel 1. Innledning og bakgrunn for oppgaven

Denne bacheloroppgaven har som formål å kartlegge verdiskapingen knyttet til Sogndal Fotball, og dens betydning for regionen. Dette gjøres ved å foreta en analyse for å finne hvilken ringvirkningsmultiplikator fotballklubben skaper lokalt i regionen. Normale verdier for virksomheter i Norge ligger på mellom 1.4 og 1.5 (Røine, 2013 s. 16). Det innebærer at hvis virksomheten har 10 arbeidsplasser opprettholder den mellom 4 og 5 andre arbeidsplasser i privat og offentlig sektor i regionen. Vår oppgave vil basere seg på Sogndal Fotball, og dens ringvirkninger på lokalsamfunnet. I Sogndal Fotball er det totalt 55 ansatte, inkludert ledelse, administrasjon, støtteapparat, trenere og spillere. En ringvirkningsmultiplikator på f.eks. 1,1 vil derfor innebære at Sogndal Fotball opprettholder mellom 5 og 6 arbeidsplasser i offentlig og privat sektor i regionen.

Ringvirkningene av en bedrifts aktiviteter oppstår primært som følge av to kilder. Det ene er knyttet til bedriftens kjøp av varer og tjenester og betaling av skatter og avgifter. Det andre er knyttet til de ansattes kjøp av varer og tjenester og deres betaling av skatter og avgifter. Dette er knyttet til de direkte og induserte ringvirkningene av klubben (Røine, 2013 s. 16). Data som er innhentet for å kunne kartlegge denne verdiskapingen er data som kan måles i kroner og øre. Målet med oppgaven er å finne de økonomiske ringvirkningene av Sogndal Fotball, men deler av klubbens verdiskaping kan ikke måles på denne måten. Eksempler på dette er verdien av frivillig arbeid, helsegevinster av å ha en toppfotballklubb i regionen, konsumentoverskudd i form av glede og tilhørighet og andre typer nytteoverskudd. Disse er derfor utelatt i selve beregningen av verdiskapingen.

En vesentlig forskjell på vår ringvirkningsanalyse sammenlignet med andre ringvirkningsanalyser er at vi analyserer en fotballklubb, mens en vanligvis analyserer større bedrifter eller konsern. En bedrift har som regel en annen eierstruktur og vanligvis stilles det krav til konkurransedyktig avkastning på investert kapital i form av utbytte til eierne. Sogndal Fotball er eid av et idrettslag, og har ikke mål om å tjene mest mulig penger, men å drive fotball både på topp- og breddenivå. Dette skiller vår oppgave, fra andre ringvirkningsanalyser som fokuserer på bedrifter med rene økonomiske formål.

Vi vil i oppgaven vår ta for oss Sogndal Fotball og deres drift i 2014. Dette er det siste året vi har oppdatert regnskapsinformasjon for, både fra Sogndal Fotball og deres leverandører. Da vi startet på vår bacheloroppgave var ikke tall fra 2015 ferdigstilt.

## 1.1 Avgrensning av regionen

Det er videre gjort en del avgrensninger som har vært helt nødvendige i henhold til oppgavens omfang. Vi har valgt å avgrense oss til regionen Indre Sogn, men vi har også valgt å inkludere Vik kommune som en del av regionen, selv om kommunen ikke er en del av Indre Sogn.

Dette er fordi Sognekraft, som er en av Sogndal Fotballs største leverandører og en av de tre generalsponsorene, har sitt hovedkontor i Vik. Vår region vil derfor innebære kommunene Aurland, Leikanger, Luster, Lærdal, Sogndal, Vik og Årdal.



*Figur 1.1: Kart over valgt region*

## **Problemstilling:**

Vi har valgt følgende problemstilling i vår oppgave: “Hva er de økonomiske ringvirkningene av Sogndal Fotball i regionen?”

I denne ringvirkningsanalysen vil vi ta for oss følgende ringvirkninger:

- **Direkte virkninger:** Dette er resultatet av den faktiske driften i Sogndal Fotball.
- **Indirekte virkninger:** Dette er resultatet av Sogndal Fotballs etterspørsel etter varer og tjenester hos virksomheter i regionen.
- **Induserte virkninger:** Dette er resultatet av ansatte i Sogndal Fotball og ansatte i regionale leverandørbedrifters etterspørsel etter varer og tjenester i regionen.

De katalytiske ringvirkningene er ikke tatt med i selve analysen, men er en del av drøftingen av ringvirkningene i oppgaven.

- **Katalytiske virkninger:** Dette er resultatet av at Sogndal Fotball i kraft av sin eksistens tiltrekker seg andre virksomheter til regionen. Dette er bedrifter som ikke nødvendigvis er en del av de indirekte eller induserte virkningene av Sogndal Fotball.

(Kjærland, Mathisen & Solvoll, 2012)

Ved kartlegging og analyse av ringvirkningene har vi valgt å se på det første leddet i verdikjeden. Leverandørene har vi kartlagt med utbetalt beløp og om de er lokalisert i regionen eller ikke. Hos disse leverandørene vil vi se nærmere på andelen av de ansattes vare- og tjenestekjøpet som tilfaller lokale leverandører gjennom anslag fra PANDA (plan- og analyseverktøy for næring, demografi og arbeidsmarked) for Sogn og Fjordane. I prinsippet kunne vi gått lengre ut i verdikjeden og kartlagt hvilke vare- og tjenestekjøp leverandørbedriftene selv foretar internt i regionen og hvor alle disse underleverandørene i verdikjeden gjør sine vare- og tjenestekjøp. I tillegg til å kartlegge hvor disse ansatte i leverandørene i verdikjeden gjør sine vare- og tjenestekjøp. En slik kartlegging vil være svært krevende og går utover denne oppgavens omfang. Gjennom tallmateriell hentet fra PANDA er det mulig å kartlegge hvor stor andel av konsumet som tilfaller regionen. Dette blir gjort gjennom anslag på hvor stor andel av de ansattes konsumvareetterspørsel som dekkes gjennom regionale tilbydere. Dette tallmaterialet gjør det derfor mulig å kartlegge i hvilke næringer Sogndal Fotball skaper verdier og opprettholder arbeidsplasser. I denne oppgaven kommer vi til å legge mest vekt på de direkte, indirekte og induserte virkningene i vår kartlegging og i våre analyser. De katalytiske virkningene blir nevnt i oppgaven vår, men er

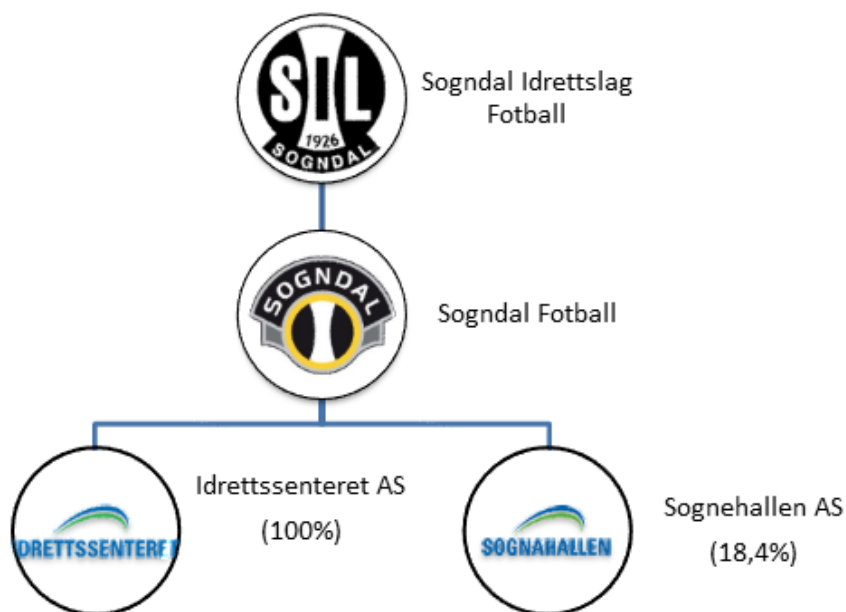
ikke inkludert i våre beregninger av ringvirkningene, da det er knyttet stor usikkerhet rundt slike virkninger og de er vanskelig å tallfeste på en troverdig måte.

## **1.2 Fotballens omfang i Norge**

I 2014 var det 375 000 registrerte aktive spillere i Norge, fordelt på 29 500 lag (Norges Fotballforbund, 2015, s.4). I tillegg består norsk fotball av 130 000 frivillige og 2 750 dommere (Norges Fotballforbund, 2014 s.4), noe som gjør at det er over 500 000 mennesker som er direkte knyttet til Norsk fotball. Dette gjør fotball til Norges største idrett.

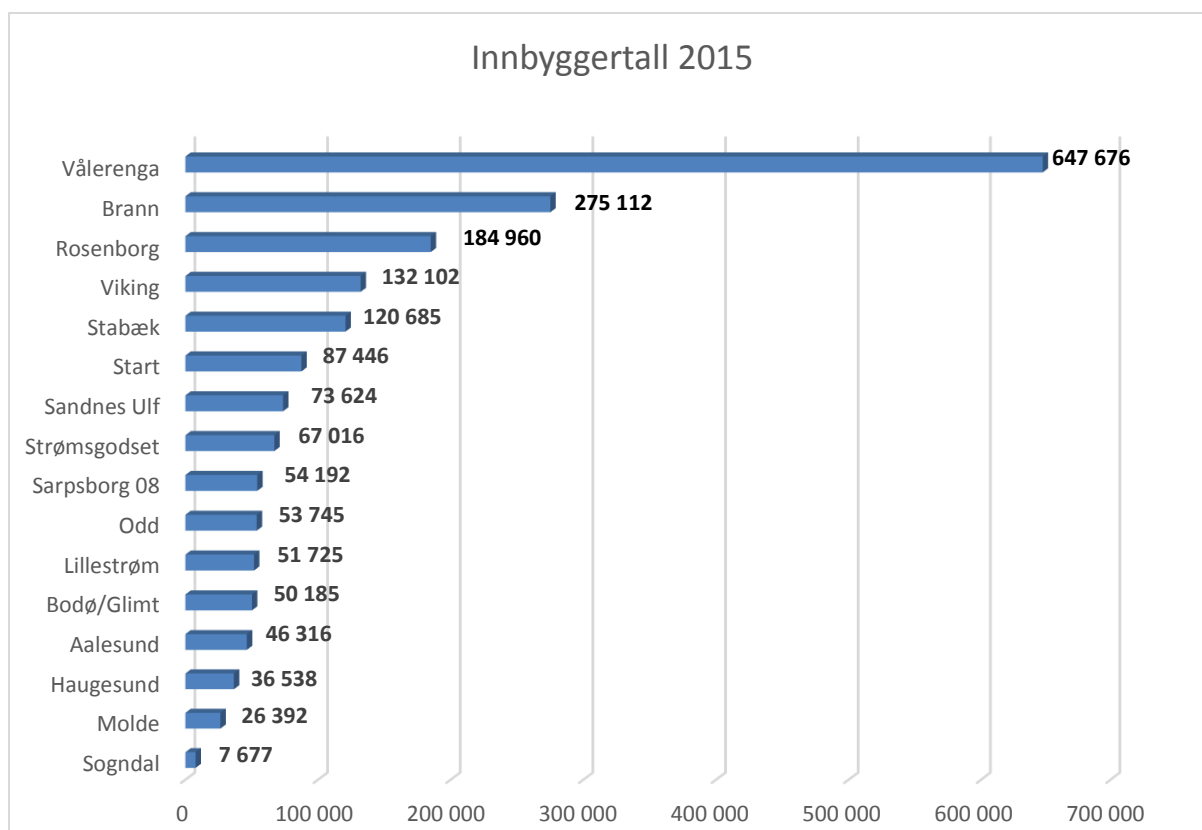
Tippeligaen er den nasjonale toppligaen i Norge og består av 16 lag fra hele landet, med Tromsø som nordligste klubb og Start som sørligste. Ligaen tiltrekker seg årlig ca. 1 670 000 tilskuere (Norges Fotballforbund, 2014 s.4), og hadde i 2014 en omsetning på 1 267 millioner kroner (Norges Fotballforbund, 2015, s.91). En stor del av disse pengene kommer fra salg av TV-rettigheter. I 2015 ble rettighetene for å vise Tippeligaen på TV i perioden 2017-2022 solgt til Discovery for 2,4 milliarder kroner. Per sesong utgjør dette 400 millioner kroner (Eckblad & Husby, 2015).

Sogndal Idrettslag Fotball (SIF) og Sogndal Fotball AS (SF AS) er i utgangspunktet et aksjeselskap og et idrettslag, men blir ifølge klubbens daglige leder Egil Mundal vurdert som ett selskap siden driften henger sammen. Vi velger derfor også denne tilnærmingen i vår oppgave, siden begge er ansvarlige for driften av fotballklubben. Ved benevnelsen Sogndal Fotball i oppgaven, er dette da en betegnelse for begge organisasjonene. Sogndal Idrettslag Fotball eier 100% av Sogndal Fotball AS, som igjen eier 18.4% av Sognahallen AS og 100% av Idrettssenteret AS etter at de kjøpte ut Sogn og Fjordane Fotballkrins i 2016, forteller Mundal. I denne oppgaven har vi valgt å se bort ifra Idrettssenteret AS og Sognehallen AS, da vi er ute etter å finne drift av fotballklubben og hvilke ringvirkninger klubben skaper.



*Figur 1.2: Eierforholdet i Sogndal Fotball*

Sogndal Fotball hadde en omsetning i 2014 på 91 571 000 kr (Proff, 2015). Sammenlignet med gjennomsnittet i Tippeligaen ligger Sogndal Fotball ca. 12 millioner over dette. I 2014 omsatte Tippeligaklubbene for totalt 1 267 millioner kroner, som gir et gjennomsnitt på 79 187 500 kroner per klubb. Rangerer en klubbene i Tippeligaen etter omsetning ville Sogndal ligget på en 6. plass (Røine, 2013, s.11). Rangerer en Tippeligaklubbene etter innbyggertall i den kommunen de tilhører, ville Sogndal ligget klart nederst. Molde ville ligget nest nederst, med et innbyggertall som er mer enn tre ganger høyere enn Sogndals.



Figur 1.3: Innbyggertall for kommunene med Tippeligaklubb, sortert etter folketall i 2015 (Statistisk Sentralbyrå. 2016)

### 1.3 Identifisering av problemet

Det var i forbindelse med vår interesse for regional økonomi og fotball at vi kom i kontakt med daglig leder i Sogndal Fotball, Egil Mundal. Etter samtaler med Mundal fikk vi utdelt “Toppfotballens Samfunnsregnskap”. Her har Oslo Economics<sup>1</sup> på oppdrag fra Norges Fotballforbund beregnet at en gjennomsnittlig virksomhet i Norge har en ringvirkningsmultiplikator regionalt på mellom 1,4 og 1,5 (Røine, 2013 s.16). Det var dette som fanget vår interesse og gjorde at vi ønsket å undersøke nærmere hvilke ringvirkningsmultiplikator Sogndal Fotball skaper for sin region. Et eventuelt avvik og årsak til avvik vil være interessant å kartlegge med tanke på Sogndal Fotballs geografiske plassering, i distrikt-Norge. Vi vil foreta en grundig analyse for å finne ut hvordan Sogndal Fotball ligger i forhold til dette nasjonale anslaget. Vi vil også kartlegge mulige årsaker for

<sup>1</sup> Oslo Economics jobber med utredninger av økonomiske problemstillinger og opptre som konsulent for bedrifter, myndigheter og organisasjoner.

størrelsen på multiplikatoren og årsak til andre økonomiske ringvirkninger skapt av Sogndal Fotball.

#### **1.4 Regionen og Sogndal Fotball**

Sogndal Fotball er lokalisert i Sogndal kommune, i Sogn og Fjordane fylke. Kommunen har per 1. januar 2016 et innbyggertall på 7 677 (Statistisk Sentralbyrå, 2016). Som tidligere nevnt, har vi valgt Indre Sogn samt Vik kommune som regionen i oppgaven. Dette blir den sør-østlige delen av Sogn og Fjordane. Per 1. januar 2016 har regionen et innbyggertall på 27 062 (Statistisk Sentralbyrå, 2016).

Sogn og Fjordane hadde i 2014 totalt 55 005 sysselsatte (Statistisk Sentralbyrå, 2015), og kan hovedsakelig deles inn i tre regioner: Nordfjord, Sunnfjord og Sogn. Sogn kan igjen deles inn i Ytre og Indre Sogn. Ytre Sogn består av kommunene Balestrand, Gulen, Hyllestad, Høyanger, Solund og Vik. Indre Sogn består av kommunene, Aurland, Leikanger, Luster, Lærdal, Sogndal og Årdal.

Regionen vår er preget av fjorder og fjell som gjør den mer lukket med tanke på infrastruktur til og fra regionen. Haukåsen flyplass i Sogndal kommune er eneste flyplass i regionen. Flyplassen er kun beregnet for små passasjerfly og frakter primært personer. Regionen har en jernbaneforbindelse med forbindelsen Flåm – Myrdal på Bergensbanen. Jernbanen frakter primært turister og ikke gods. Persontransport til vår region skjer primært via veinettet, fly og båt, godstransport skjer primært via veinettet.

#### **Arbeidsplasser i regionen**

Arbeidsplassene i regionen er sammensatt av privat næringsliv og offentlig sektor, men bærer preg av store offentlige arbeidsplasser. Blant de største offentlige arbeidsplassene finner vi Høgskolen i Sogn og Fjordane, den videregående skolen i Sogndal, sykehuset i Lærdal, Nettbuss, Statens Vegvesen med kontor på Leikanger og i Sogndal, NAV på Leikanger og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane med hovedkontor på Leikanger. I det private næringslivet er Hydro Aluminium AS i Årdal, Lerum og Sognekraft blant de større aktørene.

## Oversikt over noen av de største arbeidsplassene i regionen i privat og offentlig sektor:

Organisasjon	Kommune	Sysselsatte
Hydro Aluminium AS Årdal	Årdal	567
Høgskulen i Sogn og Fjordane	Sogndal <sup>2</sup>	330
Helse Førde HF Lærdal Sjukehus <sup>3</sup>	Lærdal	269
Nettbuss Sogn Billag	Sogndal <sup>4</sup>	233
Statens Vegvesen	Leikanger og Sogndal	200
Nav, alle avdelinger i Leikanger.	Leikanger	166
Sogndal videregående skule	Sogndal	160
Fylkesmannen i Sogn og Fjordane	Leikanger	139
Lerum AS	Sogndal	136
Quality Hotel Sogndal	Sogndal	132
Direktoratet for forvaltning og IKT	Leikanger	103
Sognekraft AS	Vik	82
Idrettssenteret AS	Sogndal	80
HMR Hydeq AS	Årdal	62
Sogndal Fotball <sup>5</sup>	Sogndal	55
Statkraft Energi AS avd. Region Midt-Norge	Luster	52
Studentsamskipnaden i Sogn og Fjordane	Sogndal	44

*Tabell 1.1: Oversikt over noen av de største arbeidsplassene i regionen i privat og offentlig sektor. Tabellen viser antall sysselsatte, ikke årsverk. Listen er ikke fullstendig, og viser kun noen av de største arbeidsplassene i regionen.*

<sup>2</sup> Innebærer: Ansatte ved begge avdelinger, Sogndal og Førde.

<sup>3</sup> Innebærer: Helse Førde HF Lærdal Sjukehus og Helse Førde HF Lab – Røntgen Lærdal.

<sup>4</sup> Innebærer: Nettbuss AS avd. Bensinstasjon Lærdal, Vik i Sogn, Sogndal, Kaupanger og Lærdal.

<sup>5</sup> Innebærer: Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball. Pga. at 9 ansatte er ansatte i begge organisasjoner er antall ansatte i klubben 55.



## **Om Sogndal Fotball**

Sogndal Fotball ble stiftet 19. februar 1926, og har siden den gang spilt 16 sesonger i den norske eliteserien. Klubben blir sett på som en foregangsklubb i Norge, på grunn av sitt store arbeid med oppbygging av kompetanse rundt klubben, i tillegg til gode investeringer i forbindelse med utbyggingen av Fosshaugane Campus, hjemmebanen til Sogndal Fotball. Ved utbyggingen la Sogndal Fotball stor vekt på at anlegget skulle bli et kompetanse- og aktivitetssenter til bruk hele året. Campus har blitt et samlingspunkt og identitetsmerke for folk i Sogndal og i de omkringliggende kommunene, som har samlet deler av næringslivet i Sogndal på en felles arena. Utbyggingen sto ferdig i 2006, og de siste 10 årene har til sammen 32 bedrifter flyttet inn i lokalene på stadion. Dette skaper et unikt kunnskapsmiljø med bedrifter innenfor ulike kompetanseområder, med alt fra forskning på idrett og helse til utvikling av media og IT. Til sammen huser anlegget ca. 530 ansatte både i privat og statlig virksomhet (Mundal, 2016). Som følge av mange leietakere er anlegget selvfinansiert gjennom leieinntekter. Dette betyr at Campus har vært en inntektskilde for klubben, i motsetning til flere andre utbygginger av fotballarenaer i Tippeligaen der anleggsinvesteringer har påført klubbene store økonomiske problemer. Et eksempel er Start's utbygging av Sør-Arena som har gitt klubben økonomiske problemer (Nilsen, 2009). Flere av stadionanleggene i Norge står tomme, med unntak av hjemmekampene klubbene spiller i løpet av et år. På Fosshaugane Campus har de klart å skape et miljø med mellom 3 000 og 4 000 besøkende hver dag, noe som gjør Fosshaugane Campus til en av Norges mest besøkte stadioner (Åsebø, 2012). De besøkende er alt fra studenter ved høyskolen, elever i grunnskolen og i den videregående skolen, ansatte, kunder og samarbeidspartnere til virksomheter som leier lokaler på Campus, idrettslag, besøkende på treningssenteret m.m. Noen av omegnskommunene til Sogndal er bygget opp rundt store hjørnesteinsbedrifter, som f.eks. Høyanger og Årdal. I begge disse tettstedene er Hydros satsing på aluminiumsproduksjon svært viktig for økonomien og sysselsettingen. I tillegg fungerer disse hjørnesteinsbedriftene som samlingspunkt for lokalbefolkninga, på samme måte som Campus ivaretar denne rollen i Sogndal.

## **Kapittel 2. Teori**

I denne delen av oppgaven blir relevant teori beskrevet. Teorien er i all hovedsak innenfor samfunnsøkonomi, med vekt på ringvirkninger og regional økonomi. I denne oppgaven er primærbedriften definert som Sogndal Fotball og primærregionen, Indre Sogn og Vik kommune.

### **2.1 Hva er en ringvirkningsanalyse?**

En definisjonen av “ringvirkning” er “virkning som brer seg i stadig videre kretser” (Skaug & Aagenæs, 2016). Tar man utgangspunkt i en pengeøkonomi skjer dette som følge av pengenes sirkulasjon i samfunnet. Privat og offentlig sektor investerer ved å kjøpe varer og tjenester fra andre virksomheter og dette medfører også betaling av skatter og avgifter. Privatpersoner, både kapitaleiere og arbeidere, mottar økonomiske ytelser som de bruker til å kjøpe varer og tjenester, og til å betale skatter og avgifter. Dette medfører økte inntekter til bedrifter og virksomheter i privat og offentlig sektor og til privatpersoner som igjen bruker noen av disse inntektene til å kjøpe nye varer og tjenester og til å betale skatter og avgifter. Økt etterspørsel etter varer og tjenester, og økte innbetalinger av skatter og avgifter fører igjen til at privat og offentlig sektor etterspør mer arbeidskraft som gir grunnlag for økt forbruk som følge av økte inntekter. På denne måten blir de samme pengene brukt flere ganger av forskjellige parter og bidrar til verdiskaping i alle leddene. Pengene sirkulerer derfor i det vi kaller det samfunnsøkonomiske kretsløpet, dette innebærer at de samme pengene bidrar til større verdiskaping desto flere ledd de overføres til. Effekten vil øke desto mer varer og tjenester som kjøpes, og desto mindre som spares, altså jo høyere konsumtilbøyelighet og desto mer penger som investeres. Dette omtales som multiplikatoreffekten i økonomien. En ringvirkningsanalyse har som formål å kartlegge økonomiske virkninger som følge av en eller flere virksomheters drift.

### **2.2 Verdiskaping**

Det finnes ulike definisjoner på begrepet verdiskaping. Innenfor samfunnsøkonomien kan verdiskaping defineres som: «Omforming av ressurser som direkte eller indirekte kan dekke behov» (Idsø, 2015). Begrepet har ingen entydig definisjon og har ulike betydninger ettersom hva en definerer som ressurser og hva en definerer som behov. En mer presis definisjon av verdiskapingsbegrepet konkretiserer at verdiskapingen er: «Den verdiøkning et (uferdig) produkt eller en tjeneste får i hvert ledd av produksjonsprosessen eller verdikjeden, hvor

verdiskapingen er den tilleggsverdi hvert ledd eller hver bedrift gir produktet eller tjenesten» (Verdiskaping, 2012). Tar en utgangspunkt i regnskapstall kan en finne både brutto og netto verdiskaping i en bedrift, hvor avskrivningen vil utgjøre differansen mellom disse. I et regnskap er avskrivningene, som uttrykker kapitalslitasjen på anleggsmidlene, trukket fra i driftsresultatet. Av den grunn kan netto verdiskapingen i bedriften uttrykkes i følgende ligning:

Netto verdiskaping = Driftsresultat + Lønnskostnader. (Dahl & Idsø, 2015).

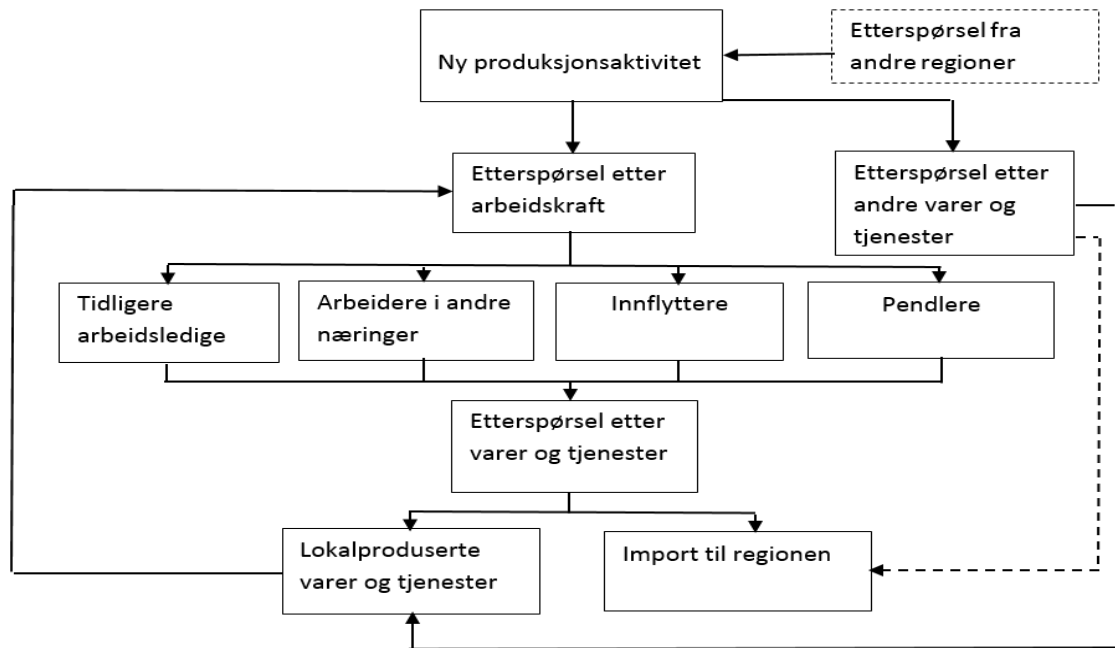
Fordi netto finanskostnad er høyere enn driftsresultatet i Sogndal Fotball har vi valgt å definere netto verdiskaping som: Netto verdiskaping = Eierinntekt + Netto finanskostnad + Lønnskostnad. (Se kapittel 4.2 for detaljer).

### **2.3 Verdiskaping på makronivå**

I et større perspektiv bruker en begrepet nasjonalproduktet for verdiskapingen til en nasjon. BNP defineres som: “Bruttonasjonalproduktet er verdien av den samlede innenlandske produksjonen av ferdige varer og tjenester, verdsatt til markedspriser, i en gitt periode som et år eller kvartal” (Steigum, 2006, s.38). BNP består kun av verdien av ferdige varer og tjenester, det vil si at vare- og tjenesteinnsatsen ikke er tatt med for å unngå at varer og tjenester telles mer enn én gang. BNP omfatter heller ikke tidligere produsert realkapital som eksempelvis annenhåndsomsetning av boliger. Verdiskapingen kan også måles ved hjelp av netto nasjonalprodukt (NNP) som er lik bruttonasjonalprodukt (BNP) fratrukket kapitalslitet. Kapitalslitet innebærer slit og foreldelse av samlet realkapital i landet og er således en kostnad ved produksjonen av varer og tjenester (Steigum, 2006, s.38). I bedriftsøkonomien kommer dette til uttrykk gjennom størrelsen på avskrivningene.

## 2.4 Regional økonomi

Figuren under illustrerer effekten på henholdsvis sysselsetting, eksport og import av at en ny bedrift etablerer seg i en region.



Figur 2.1: Effekten av nyetableringer. Kilde: (Armstrong & Taylor, 2000, s. 7)

En nyetablering fører til økt etterspørsel etter varer og tjenester fra regionen, som følge av nyinvesteringen og kjøp av innsatsvarer og -tjenester. Dette medfører at etterspørselen etter lokale varer og tjenester øker, men også at importen til regionen øker, da ikke alle varer og tjenester er tilgjengelige i regionen. En nyetablering øker også etterspørselen etter arbeidskraft. De nyansatte i bedriften kan enten være arbeidsledige, ansatte i andre virksomheter, innflyttere eller pendlere som bor i andre regioner. De nyansatte bruker sin inntekt til å kjøpe varer og tjenester som fører til at etterspørselen etter varer og tjenester øker. Dette fører både til at etterspørselen etter lokalproduserte varer og tjenester øker og at importen inn til regionen øker. Økt etterspørsel etter lokalproduserte varer og tjenester øker igjen etterspørselen etter arbeidskraft.

Figuren over tar utgangspunkt i en nyetablering. Siden vi i vår oppgave analyserer en etablert virksomhet medfører dette at virkningene av etableringskostnader ikke er tatt med i våre analyser. Ved kartlegging av de regionale ringvirkningene en virksomhet fører med seg er det spesielt to former for lekkasje som er viktig å kartlegge:

1. Hvor stor del av vare- og tjenestekjøpet til primærbedriften som er kjøpt fra virksomheter utenfor regionen.

2. Hvor stor del av vare- og tjenestekjøpet de resterende virksomhetene i verdikjeden gjør utenfor regionen.

Desto større andel av primærbedriftens vare- og tjenestekjøp som er kjøpt utenfor regionen og desto større andel av vare- og tjenestekjøpet de resterende virksomhetene i verdikjeden kjøper utenfor regionen, desto lavere blir ringvirkningene i regionen, og motsatt. Dette kommer av at verdiskapingen blir importert og kontantstrømmen går ut av regionen, fremfor at den forblir i regionen.

For å beskrive ringvirkningene i en region tar vi utgangspunkt i bruttoregionproduktet (Y). Dette er verdien av den samlede produksjonen av ferdige varer og tjenester i regionen, verdsatt til markedspriser, i en gitt periode. I tillegg til regionens egenproduserte varer og tjenester vil også regionen importere varer og tjenester fra utlandet og fra andre regioner i landet (M). Denne samlede tilgangen på varer og tjenester i regionen kan anvendes til fire ulike sluttleveringer: Til privat forbruk internt i regionen (C), som investeringsvarer til regionens bedrifter og virksomheter (I), som varer og tjenester til bruk i offentlig forvaltning og tjenesteyting (G) og som eksport til andre regioner i landet, samt til andre land (X). Denne sammenhengen gir oss generalbudsjettlikningen for den gjeldende regionen:

$$Y = C + G + I + X - M.$$

Ligningen består av følgende variabler:

Y = Regionens inntekter (verdiskapingen).

C = Verdien av lokalt forbruk på varer og tjenester.

G = Verdien av offentlig konsum av varer og tjenester i regionen.

I = Verdien av bruttoinvesteringer i regionen.

X = Verdien av eksport av varer og tjenester ut av regionen.

M = Verdien av import av varer og tjenester fra andre regioner og fra utlandet.

(Armstrong & Taylor, 2000, s. 8)

Som vi ser av modellen øker regionens inntekter desto høyere forbruket av lokale varer og tjenester er, desto mer det offentlige kjøper av varer og tjenester fra regionen, desto høyere investeringene er og desto høyere verdien på nettoeksporten er (eksportverdien ut av regionen fratrukket verdien av importen til regionen).

## 2.5 Ringvirkningsmultiplikatoren

I dette delkapitlet vil vi presentere den regionaløkonomiske analysemodellen vi vil bruke for å beregne de lokale ringvirkningene av Sogndal Fotball. Modellen består av 5 ligninger og viser forholdet mellom inntekt og utgift i regionen.

Ligning 1 viser den samlede etterspørselen i regionen. Som vanlig i keynesianske modeller, legges det til grunn at samlet etterspørsel bestemmer samlet verdiskaping i regionen, (Y). Dette blir da den samlede inntekten fra produksjonen i den gjeldende regionen som kan anvendes til enten privat forbruk internt i regionen (C), som investeringer i regionens bedrifter (I), som varer og tjenester til bruk i offentlig forvaltning (G) og som nettoeksport til andre regioner i landet, samt til andre land (X - M). Modellen består av; endogene variabler (også kalt avhengige variabler), innebærer at de bestemmes i selve modellen og eksogene variabler (også kalt uavhengige variabler), innebærer at de blir bestemt utenfor modellen. De eksogene variablene er merket med en senket null (<sub>0</sub>). Både eksogene og endogene variabler påvirker resultatet av modellen, men endringer i modellen påvirker ikke verdien på de eksogene variablene.

$$1. Y = C + I + G + (X - M)$$

Fra ligning 2 fremgår det at den private konsumetterspørselen i regionen består av en inntektsuavhengig del ( $C_0$ ) og en del som er en funksjon av regionens disponible inntekt ( $cDY$ ). Den uavhengige delen kommer av at noe av konsumetterspørselen i regionen vil være til stede uavhengig av inntekt som f.eks. kjøp av livsnødvendige varer og tjenester som mat og drikke. Den marginale konsumtilbøyeligheten ( $c$ ) angir hvor stor del av regionens disponible inntekt ( $DY$ ) som blir brukt til privat konsum av varer og tjenester.

$$2. C = C_0 + cDY$$

Ligning 3 angir at regionens disponible inntekt ( $DY$ ) er lik regionens samlede inntekt (Y) fratrukket nettoskattebeløpet som regionens innbyggere og bedrifter betaler (T).

$$3. DY = Y - T$$

Ligning 4 er skattefunksjonen og modellerer skattebeløpet som en bestemt andel ( $t$ ) av regionens inntekt (Y).

$$4. T = tY$$

Ligning 5 uttrykker verdien på importen til regionen, denne variabelen er delvis eksogen ( $M_0$ ) og delvis endogen ( $mDY$ ), da den sistnevnte delen er avhengig av disponibel inntekt. I ligningen er ( $m$ ) den marginale importtilbøyeligheten som viser hvor mange øre importen til regionen øker med når regionens disponible inntekt øker med en krone.

$$5. \quad M = M_0 + mDY$$

Modellen har fem ligninger og fem endogene variabler og kan derfor løses. De endogene variablene er som følger:  $C$ ,  $T$ ,  $Y$ ,  $DY$  og  $M$ . I tillegg er det tre eksogene variabler:  $I$ ,  $G$  og  $X$ .

Verdien av bruttoinvesteringer i regionen er en eksogen variabel i modellen. Den påvirkes med andre ord ikke av variablene i modellen og defineres:

$$I = I_0$$

Ligningen for verdien på offentlige utgifter er satt sammen av en uavhengig del (eksogen), ( $G_0$ ) og en avhengig del (endogen), ( $gY$ ).  $G = G_0 - gY$ : Dette innebærer en forutsetning om at de offentlige utgiftene ( $G$ ) i en region øker når regionens inntekter ( $Y$ ) går ned. ( $G_0$ ) er en eksogen variabel og øker ikke om regionens inntekter øker. Dette vil være nødvendige og ofte, lovpålagte minimumstjenester knyttet til helse-, omsorgs- og oppvekstsektoren. Den avhengige delen ( $gY$ ) er avhengig av regionens inntekter. Reduseres regionens inntekter vil offentlige utgifter øke som følge av f.eks. økte sosialutgifter i forbindelse med økt arbeidsledighet og motsatt. I vår modell har vi valgt å fjerne den endogene delen av offentlig konsum. Dette har vi gjort siden det er staten som betaler ut sosiale kostnader knyttet til arbeidsledighet og dette påvirker derfor ikke den kommunale delen av offentlig konsum som påvirker offentlig etterspørsel i regionen.

$$G = G_0$$

Verdien av eksport av varer og tjenester ut av regionen er en eksogen variabel. Den påvirkes med andre ord ikke av variablene i modellen og defineres:

$$X = X_0$$

For å komme frem til den regionale multiplikatoren ( $k$ ) tar vi utgangspunkt i generalbudsjettligningen for en regions økonomi, og løser denne ved å sette inn ligningene for regionalt konsum og regional import. For å finne de induserte virkningene må vi samle de endogene variablene. Dette gjør vi på følgende måte:

$$1. Y = C + G + I + X - M$$

Setter inn ligningene for C og M.

$$2. Y = (C_0 + cDY) + G_0 + I_0 + X_0 - (M_0 + mDY)$$

Setter inn  $(Y-tY)$  for DY

$$3. Y = (C_0 + c(Y - tY)) + G_0 + I_0 + X_0 - (M_0 + m(Y - tY))$$

Løser opp parentesene.

$$4. Y = (C_0 + cY - ctY) + G_0 + I_0 + X_0 - (M_0 + mY - mtY)$$

Løser opp parentesene.

$$5. Y = C_0 + cY - ctY + G_0 + I_0 + X_0 - M_0 - mY + mtY$$

Flytter over leddene med endogene variabler på venstre side.

$$6. Y - cY + ctY + mY - mtY = C_0 + G_0 + I_0 + X_0 - M_0$$

Faktoriserer ut Y.

$$7. Y(1-c+ct + m(1-t)) = C_0 + G_0 + I_0 + X_0 - M_0$$

Faktoriserer (c) utenfor parentesen.

$$8. Y(1-c(1-t) + m(1-t)) = C_0 + G_0 + I_0 + X_0 - M_0$$

Faktoriserer, og setter  $(1-t)$  utenfor.

$$9. Y(1-(c-m)(1-t)) = C_0 + G_0 + I_0 + X_0 - M_0$$

Deler på begge sider, og ender opp med multiplikatoren:

$$10. Y = \frac{1}{1-(c-m)(1-t)} * (C_0 + G_0 + I_0 + X_0 - M_0)$$

$$k \equiv \frac{1}{1-(c-m)(1-t)}$$

Vi ser av denne utregningen at størrelsen på multiplikatoren er avhengig av produktet av to faktorer; differansen mellom konsumtilbøyeligheten og importandelen av konsumet og en minus skattesatsen. Desto høyere marginal konsumtilbøyeligheten er, altså desto mer av disponibel inntekt som brukes på konsum, fremfor å spares, desto lavere importandelen av konsumet er og desto lavere skattesatsen er, desto høyere blir den regionale multiplikatoren.

I det endelige uttrykket for regionens inntekter, er de endogene faktorene flyttet inn i multiplikatoren, og de eksogene er samlet i en parentes. Faktorene i modellen er definert under.



(Y) Regionens inntekter.

(c) Den prosentvise delen av disponibel inntekt som blir brukt på konsum (marginal konsumtilbøyelighet).

(m) Den prosentvise delen av disponibel inntekt som blir brukt på import til regionen.

(t) Gjennomsnittlig skattesats.

(C<sub>0</sub>) Den inntektsuavhengige delen av lokalt privat forbruk på varer og tjenester.

(I<sub>0</sub>) Verdien av bruttoinvesteringer i regionen.

(G<sub>0</sub>) Den inntektsuavhengige delen av de offentlige utgiftene.

(X<sub>0</sub>) Verdien av eksport av varer og tjenester ut av regionen.

(M<sub>0</sub>) Den inntektsuavhengige delen av importen til regionen.

Denne modellen er spesiallaget for å se på de regionale konsekvensene av en nyetablering.

Dette innebærer at nyetableringen skaper to effekter:

Virkingen av selve nyinvesteringene (kjøp av driftsmidler og driftsmidler i oppstartsfasen) ( $\Delta I_0$ ) og de induserte effektene, dvs. multiplikatorvirkningene. Skulle vi eksempelvis ha analysert virkningene av utbyggingen av Fosshaugane Campus hadde ( $\Delta I_0$ ) blitt lik kostnaden ved utbyggingen. Vi har derimot valgt å analysere en allerede eksisterende bedrift, og ( $\Delta I_0$ ) blir da kjøp av innsatsvarer i forbindelse med den vanlige driften og ikke investeringsvarer i forbindelse med nyinvesteringen. I det videre vil vi gi en kort og generell beskrivelse av hvordan denne regionaløkonomiske modellen virker.

Privatpersoner som mottar inntekt, enten i form av arbeids- eller eierinntekt eller i form av offentlige overføringer bruker inntekten enten til forbruk eller til sparing. Konsumfunksjonen viser hvilke faktorer som påvirker den regionale konsumandelen:  $C_R = (c - m)(1 - t) + C_0$ . Størrelsen på regional konsumandel ( $C_R$ ) er avhengig av den marginale konsumtilbøyeligheten ( $c$ ), defineres som hvor mange prosent av en liten økning i disponibel inntekt som brukes på økt privat konsum, hvor mange prosent av konsumet som blir importert til regionen ( $m$ ), størrelsen på skattesatsen ( $t$ ) og den delen av konsumet som er inntektsuavhengig ( $C_0$ ). Et svært sentralt ledd i multiplikatoren, er verdien på  $(c-m)$ . Desto høyere den marginale konsumtilbøyeligheten er, desto høyere blir de regionale ringvirkningene. Desto større del av konsumet som blir importert til regionen, desto lavere blir de regionale ringvirkningene da denne delen av verdiskapingen blir importert til primærregionen, i stedet for at den blir skapt i primærregionen. Størrelsen på ( $m$ ) avhenger av flere faktorer. For det første er den avhengig av størrelsen på regionen. For en liten region er

som oftest økonomien svakere. Dette skyldes blant annet at små regioner har færre innbyggere som gir mindre skatteinntekter, og større importlekkasje da mange varer og tjenester ikke er tilgjengelig i regionen som medfører høy import til regionen. For det andre er det avhengig av sammensetningen av produksjonen av varer og tjenester i regionen. Desto mer spesialisert denne produksjonen er, desto høyere andel blir importert til regionen. For det tredje avhenger dette av geografisk plassering i forhold til andre nærliggende regioner og sammensetningen av næringslivet i denne regionen. Desto bedre tilbudet er i naboregionen(e), desto lavere blir veksten i økonomien i primærregionen. Spesielt hvis andelen pendlere fra andre regioner er høy, vil veksten bli lavere. Dette kommer av at forbruket er større der en bor, enn der en jobber. (Armstrong & Taylor, 2000, s. 10-11).

Størrelsen på skattesatsen ( $t$ ) er i stor grad politisk styrt på nasjonalt plan og i liten grad kommunalt. Desto høyere skattesatsen er, desto mer skatt betaler innbyggerne i regionen, desto lavere blir innbyggernes disponible inntekter og desto mindre blir verdien på det private konsumet ( $C$ ) i regionen. Dette vil, isolert sett, redusere regionens samlede konsumetterspørsel og dermed redusere verdiskapingen og inntekter i regionen. Samtidig vil økte skatter føre til økt offentlig konsum. Offentlig konsum ( $G$ ) innebærer både en nasjonal del og en kommunal del. Den nasjonale delen av offentlig konsum er på en side avhengig av skatteinntektene, men på en annen side ikke avhengig av skatteinntektene. Desto høyere skatteinntektene er, desto mer penger kan staten investere i regionen gjennom økte overføringer til kommunene og fylkeskommunene. På den andre siden har Norge sin egen valuta (NOK) og staten kan velge å trykke opp penger og øke sine kjøp av varer og tjenester i regionene nærmest ubegrenset. Dette kan gjøres siden staten ikke er styrt av noen overordnet myndighet som presser på for å oppnå budsjettbalanse. Den kommunale delen av offentlig konsum er mer avhengig av skatteinntektene da kommunene og fylkeskommunene ikke kan trykke penger og er mer tvunget av Fylkesmannen til å ha balanse i budsjettene sine (Regjeringen, 2010). En svakhet med modellen er at den kun ser på skattesatsen ( $t$ ) som en negativ virkning på regionens økonomi. Deler av skatten på lønns- og kapitalinntekter privatpersoner betaler går til kommunen og dette medfører økt etterspørsel etter varer og tjenester gjennom den kommunale delen av offentlig konsum ( $G$ ) som øker regionens inntekter. Dette står nærmere beskrevet under delkapittel 2.7.

På grunn av det samfunnsøkonomiske kretsløpet og multiplikatoreffekten som tidligere nevnt, øker regionens inntekter, desto mer offentlige utgifter øker, desto mer som investeres, desto

flere varer og tjenester som etterspørres av det private og det offentlige, desto høyere nettoeksporten er, desto lavere skatten er og desto høyere den marginale konsumtilbøyeligheten er. (Armstrong & Taylor, 2000, s.8)

## 2.6 Ulike typer ringvirkninger

De ulike ringvirkningene kan kategoriseres i følgende kategorier:

- Direkte virkninger
- Indirekte virkninger
- Induserte virkninger
- Katalytiske virkninger
  - Brukernytte
  - Økonomiske ringvirkninger
  - Miljø- og sosiale virkninger

### Direkte virkninger

De direkte virkningene oppstår som et resultatet av den faktiske driften av virksomheten og består av verdiskapingen i den bedriften vi kartlegger. Verdiskapingen har vi valgt å definere ved størrelsen på lønnskostnaden, eierinntekten og netto finanskostnad. De direkte virkningene er de enkleste å kartlegge og kan måles mest presist. (Kjærland, Mathisen & Solvoll, 2012). Denne verdiskapingen blir fordelt på fire grupper (interessenter): arbeidstagerne får sin del av verdiskapingen i form av lønn, långiverne får sin del i form av avdrag og renter, det offentlige får sin del i form av selskapskatt og arbeidsgiveravgift, mens den resterende delen går til eierne i form av driftsresultat. Dette innebærer blant annet bedriftens lønnskostnader, antall ansatte og bedriftens betaling av skatter og avgifter.

I bedriftsøkonomisk sammenheng defineres netto verdiskaping som: Omsetning - (Vareinnsats + Kapitalslit). (Dahl & Idsø, 2015). I regnskapet uttrykker avskrivningene kapitalslitet på anleggsmidler med begrenset økonomisk levetid. Avskrivningene skal avskrives etter en fornuftig avskrivningsplan jf. Regnskapsloven § 5-3, annet ledd (Regnskapsloven, 1999). Avskrivningene baserer seg på et estimat (saldoavskrivning). Det er ulike vurderinger som ligger bak slike estimat, og alle estimat innebærer en viss grad av usikkerhet, da det hefter betydelig usikkerhet bl.a. ved levetiden til anleggsmidlene i bedriften. Av den grunn kan de bedriftsøkonomiske (skattemessige) avskrivningene avvike betydelig fra det egentlige kapitalslitet. Dersom en tar utgangspunkt i regnskapstall kan netto verdiskaping i en bedrift

uttrykkes i følgende ligning: Netto verdiskaping = Driftsresultat + Lønnskostnader. Her inneholder driftsresultatet både eierinntekt, finanskostnader og skattekostnader.

### **Indirekte virkninger**

De indirekte ringvirkningene oppstår som følge av primærbedriftens kjøp av varer og tjenester fra leverandører. Som nevnt tidligere har vi valgt å analysere en allerede eksisterende bedrift, og ( $\Delta I_0$ ) blir da kjøp av innsatsvarer i forbindelse med den vanlige driften og ikke investeringsvarer i forbindelse med nyinvesteringen. Vår analyse vil derfor skille seg fra en tradisjonell ringvirkningsanalyse i den forstand at etableringskostnadene ikke er inkludert i multiplikatoren. Beliggenheten til leverandørene til primærbedriften er avgjørende når en skal finne de ringvirkningene primærbedriften skaper i regionen. Desto flere av leverandørene som befinner seg i regionen, desto større blir de regionale ringvirkningene. De indirekte ringvirkningene for regionen er den ekstra verdiskapingen som skjer i alle andre bedrifter i regionen som følge av leveranser til primærbedriften. På lik linje med verdiskapingen i primærbedriften tilfaller også denne verdiskapingen de fire interessentene; arbeidstagere, eiere, långivere og det offentlige. Kartleggingen av hvor leverandørene til primærbedriften kjøper sine varer og tjenester og hvor underleverandørene kjøper sine varer og tjenester bakover i verdikjeden kan være svært vanskelige og tidkrevende å finne. (Kjærland, Mathisen & Solvoll, 2012).

### **Induserte virkninger**

De induserte virkningene defineres som tilsvarende virkninger generert av forbruket av inntektene i de direkte og indirekte virkningene, og omfatter med andre ord alle typer virksomheter (Strand, 2002). De induserte virkningene viser hvordan bruken av verdiskapingen som følge av de direkte og indirekte virkningene genererer i økt virksomhet i regionen gjennom aktørenes kjøp av lokalproduserte varer og tjenester. Selve virkningen oppstår som konsekvens av økt privat konsum, økt offentlig konsum og økte investeringer som følge av personer og bedrifter som mottar økonomiske ytelser fra virksomheten. Dette er resultatet av at de ansatte i bedriften og i de lokale underleverandørene kjøper varer og tjenester i regionen. (Kjærland, Mathisen & Solvoll. 2012).

## **Katalytiske virkningene**

De katalytiske virkningene kan deles inn i tre underkategorier: brukernytte, økonomiske ringvirkninger og miljø- og sosiale virkninger. De økonomiske virkningene kan defineres ved å se på hvordan virksomhetens lokalisering påvirker andre virksomheters plassering og hvordan den også påvirker bosetningsmønsteret i regionen. Dette innebærer i hvilken grad Sogndal Fotball påvirker nyetableringer til å etablere seg i regionen, og i hvilken grad Sogndal Fotball påvirker folks ønske om å flytte til regionen. Dette kan de gjøre gjennom f.eks. etterspørsel av en bestemt vare eller tjeneste som fører til at en nyetablering kan utnytte denne etterspørselen, eller ved å etterspørre mer arbeidskraft i primærbedriften, slik at folk flytter til regionen med ønske om jobb. Økt brukernytte som virkning kan eksempelvis være at betalingsvilligheten på varer og tjenester økes for konsumenter i regionen i form av økt konsumentoverskudd. Miljømessige og sosiale virkninger kan eksempelvis være positive i form av økt optimisme og trivsel i regionen eller som en negativ virkning i form av naturinngrep, støy og forurensning. Disse virkningene er ofte de vanskeligste å kartlegge og måle pålitelig, og det er knyttet mye usikkerhet rundt virkningene. Det er trolig sjeldent at en bestemt virksomhet er avgjørende for hvor en annen bedrift velger å lokalisere seg hvis det ikke er et kunde/leverandørforhold mellom dem eller at den tilflyttende bedriften blir påvirket av induserte effektene fra primærbedriften (Cooper & Smith, 2005).

## **2.7 Skatter og avgifter**

Både bedrifter og privatpersoner betaler skatter og avgifter som tilfaller både stat og kommune. Bedrifter betaler arbeidsgiveravgift (varierer fra 0 – 14,1%), merverdiavgift, selskapskatt (27% på alminnelig inntekt for inntektsåret 2014), eiendomsskatt (de aller flest, men ikke alle kommuner), festeavgift (hvis kommunen eier tomten) og andre kommunale avgifter knyttet til renovasjon, vann, avløp, feiing.

Privatpersoner betaler skatt på alminnelig inntekt. Denne skatten er på totalt 27 prosent, hvorav 11,6 prosent er kommuneskatt, 2,45 prosent er skatt til fylkeskommunen og 12,95 prosent er fellesskatt til staten (satser fra 2014). I tillegg kommer toppskatt på inntekt over 527 400 kr (for inntektsåret 2014) (Stortingets skattevedtak, 2013). Toppskatten går uavkortet til staten. Selv om det har vært endringer i formuesskatten totalt, så har andelen til kommunen ligget stabilt på 0,7 prosent. Avgifter som betales av privatpersoner er eiendomsskatt og kommunale avgifter knyttet til renovasjon, vann, avløp og feiing

## 2.8 Sponsor

Sponsorer og sponsering er kjente begreper i idretten, og godt synlig på drakter, på tribunen, på dommerne osv. Sponsering er en økonomisk støtte til idrettslag, idrettsutøvere eller andre kulturelle innslag fra det offentlige eller det private. Næringslivet sponser for å knytte noe som samfunnet oppfatter som positivt til sin bedrift, i tillegg til at de får medieomtale gjennom å være på fotballdrakter og reklameskilt under fotballkamper eller andre idrettsarrangement (Phil, 2012). Sponsorinntekter er en svært viktig inntektskilde for toppfotballklubbene i Norge. I 2015 ble det brukt 4,47 milliarder kroner på sponsering. Av dette gikk om lag 1,5 milliarder kroner til fotballen, som utgjør 34 % av den totale sponseringen i Norge. Klubbene i Norges to øverste divisjoner, Tippeligaen og OBOS-ligaen, mottok 703 millioner kroner i sponsormidler i 2015. Samtlige Tippeligaklubber og mange av klubbene i OBOS-ligaen er blant de 40 mest attraktive sponsorobjektene i Norge, med hele 12 lag fra Tippeligaen og OBOS-ligaen blant de 20 mest attraktive. Noe som totalt sett gjør fotball til den mest populære idretten å sponse (Sponsor Insight, 2016).

## **Kapittel 3. Metode**

I dette kapittelet tar vi for oss metoden vi har lagt til grunn for å finne svar på problemstillingen vår. Her drøftes problemstilling, samt metode for datainnsamling, analyse av datamateriale, vurdering av konklusjoner og resultater.

### **3.1 Utvikling av problemstilling**

Problemstillingen “Hva er de økonomiske ringvirkningene av Sogndal Fotball i regionen?” er eksplisitt avgrenset fordi vi sier at vi har fokusert på de *økonomiske ringvirkningene av toppfotballklubben Sogndal Fotball*, og i regionen *Indre Sogn og Vik kommune*. Den er beskrivende fordi vi tar sikte på å kartlegge de økonomiske ringvirkningene av en bestemt aktivitet. I oppgaven vil det gjerne komme noen elementer av hvorfor ringvirkningene er som de er, det vil si den har også en forklarende tilnærming.

Når det kommer til spørsmålet om generalisering har vi ikke til hensikt å generalisere resultatet av oppgaven vår til andre toppfotballklubber i Norge, fordi de økonomiske ringvirkningene i en organisasjon er individuell for hver enkelt organisasjon. Våre funn er derfor kontekstavhengige og vi kan derfor ikke uttale oss om andre fotballklubber på bakgrunn av vårt resultat.

### **3.2 Datainnsamling**

Ved innhenting av data har det vært viktig for oss at den skjedde på en korrekt måte slik at resultatet i oppgaven skal være gyldig og troverdig. Vi har lagt stor vekt på å ha klare og ryddige referanser i oppgaven, noe som gjør det enkelt for leserne å finne frem for videre lesning eller for kontroll av data.

I innsamlingen har vi hentet data ved hjelp av både kvantitativ og kvalitativ metode, og vi har benyttet oss både av primær- og sekundærdata. Kvantitative data er data i form av tall og størrelser, og kvalitativ informasjon er data i form av språk og handlinger. Kvantitative data er altså data som statistikk fra Statistisk Sentralbyrå og PANDA, mens kvalitative data er data som er hentet inn i form av intervjuer og personlige e-poster. Primærdata er data hentet fra førstehåndskilder og som er skreddersydd vår oppgave, det er altså data som ikke er sammenstilt tidligere og som vi har samlet inn selv. Sekundærdata er data hentet fra

andrehåndskilder og som i utgangspunktet er ment for andre formål, f.eks. regnskapstall og nasjonale statistikker. Dette er altså data som er kjent fra før.

I vår datainnsamling hadde vi samtaler med Egil Mundal, hovedsponsorene og de største underleverandørene. Vi var i samtale med Egil Mundal før vi valgte problemstilling, og under arbeidet med selve oppgaven. Kommunikasjonen har for det meste foregått gjennom e-post, men også gjennom personlige møter. Vi gjennomførte åpne intervjuer med de tre hovedsponsorene, hvor vi blant annet fikk svar på antall årsverk bedriften sysselsetter i regionen, informasjon om sponsorarbeidet deres, samarbeidet med Sogndal Fotball, osv. Intervjuene ble utført muntlig og ble tatt opp på lydbånd ved hjelp av mobiltelefon, etter tillatelse fra intervjuobjekt. Dette var for å kunne høre intervjuet i etterkant og kontrollere hva som faktisk ble sagt, og for å ha mulighet til å kunne sitere personer direkte. I tillegg ble det skrevet notater og stikkord i tilfelle vi skulle oppleve tekniske problemer. De personlige intervjuene har blitt gjennomført ansikt-til-ansikt i tillegg til flere e-postintervjuer. Flere av spørsmålene i intervjuene har vært de samme, uavhengig av hvem vi har intervjuet. Dette har vi gjort for å få ulike perspektiv og vinklinger på spørsmålene. Vi spurte f.eks. alle sponsorene om hva sponsoratet betyr for dem, og hvordan Sogndal Fotball påvirker deres bedrift ellers. Alle respondentene har vært klar over at intervjuene gjennomføres i forbindelse med en bacheloroppgave og at deler av det som blir sagt kan bli referert til i oppgaven. Intervjuene har vært av typen semi-strukturert, og vi har lagt stor vekt på at respondentene skal få muligheten til å snakke fritt. Dette for at respondentene skal få snakke om det de vil fokusere på, slik at vi kan få mest mulig usilt informasjon utenom det vi allerede visste var viktig.

Vi sendte ut e-poster til de største leverandørene der vi spurte om hvor stor andel av deres vare- og tjenesteinnsats som ble kjøpt i vår region, hvor store lønn- og innkjøpskostnader de har knyttet til oppdrag for Sogndal Fotball, og hvor mange årsverk leveranser til Sogndal Fotball binder opp årlig, hvor mange årsverk leverandørene har totalt, og hvor disse er bosatte. Her fikk vi svar fra de fire største, men ikke den femte største leverandøren som er Holen Installasjon. Vi fikk derimot svar fra den sjettede største som er Sogndal Kommune.

Ved innsamling av informasjon angående skatt og skattebetaling utvekslet vi en del e-poster med Sogndal kommune som ga oss oversikt over blant annet totalskatt og eiendomsskatt.

Største parten av dataen vår består av regnskapstall, leverandørlistene til Sogndal Fotball, og statistikker fra Statistisk Sentralbyrå og SINTEF/PANDA. Vi fikk tilsendt et internt regnskap



og leverandørliste for perioden 1. januar 2012 til 31. desember 2014 fra Sogndal Fotball, og vi fikk tilsendt egendekningsgraden for privat konsum i Sogn og Fjordane fra PANDA. Deretter brukte vi data fra «Forbrukerundersøkelsen» (Statistisk Sentralbyrå, 2014) og Årlig Nasjonalregnskap (Statistisk Sentralbyrå, 2016) for å tilrettelegge PANDA-dataene for vårt formål.

### **3.3 Hvordan skal vi analysere datamaterialet?**

Formålet med å analysere datamaterialet er å finne de økonomiske ringvirkningene for regionen av Sogndal Fotball. Vi har valgt å finne denne effekten i form av hvor mange sysselsatte Sogndal Fotball opprettholder utenfor egen drift. I våre beregninger har vi tatt utgangspunkt i regnskapstall fra Sogndal Fotball, men på enkelte områder har vi vært nødt til å nøye oss med nasjonale anslag.

Da vi skulle analysere leverandørlistene begynte vi med å sorterte ut alle leverandørene som ikke er lokalisert i regionen. De leverandørene som er lokalisert regionen ble sortert med navn og utbetalt beløp i perioden. Vi fordelte så leverandørene etter hvilken av de syv kommunene i regionen de tilhørte. Dette gjorde vi ved hjelp av “Proff the Business Finder” (Proff, 2016), som er en database over bedrifter. Nettsiden er et oppslagsverk som gir informasjon om blant annet regnskapstall, nøkkeltall og offisiell foretaksinformasjon. Nasjonale eller internasjonale organisasjoner med lokaler i regionen, har vi kategorisert som regionale ettersom Mundal hevder at de bruker lokale leverandører der det lar seg gjøre. Eksempel på dette er at hvis det sto Sparebanken Vest, så plasserte vi kostnaden i Sogndal Kommune ettersom banken har kontor i Sogndal. Leverandørlisten viste total leverandørkostnad for perioden 2012-2014 og var delt inn i Sogndal Fotball og Sogndal Idrettslag Fotball. Vi eliminerte transaksjonene dem imellom for å forhindre dobbelttelling. For å ta hensyn til at leverandørlisten gikk over tre år og siden det ikke var mulig å skille kostnadene år for år, la vi til grunn at leverandørkostnadene hadde fordelt seg likt over de tre årene. Dette gjorde vi med bakgrunn i at klubben spilte i Tippeligaen i alle tre årene, og det foreligger ingen grunn til at kostnadene skal variere veldig.

Vi har mottatt data fra SINTEF over egendekningsandelene i konsumet for Sogn og Fjordane i 2010. Disse tallene viser andelen av husholdningenes konsum av varer og tjenester fra ulike næringer som ble produsert i Sogn og Fjordane. Tallene er hentet fra den regionaløkonomiske

analysemodellen PANDA som blir driftet av SINTEF. Vi vil her legge til grunn at disse egenandelene også gjelder for husholdningene i vår region, og deres etterspørsel etter varer og tjenester fra egen region.

I våre beregninger har vi imidlertid ikke behov for de næringsfordelte egenandelene, men bare for den samlede egenandelen i konsumet. For å kunne beregne en samlet, gjennomsnittlig egendekningsandel på bakgrunn av de næringsfordelte egendekningsandelene, hadde vi behov for å kjenne størrelsen på verdiskapingen i de enkelte næringsgruppene i Sogn og Fjordane. Tallene fra Fylkesfordelt Nasjonalregnskap (FNR) er for lite detaljerte, så vi startet med å prøve en fordeling basert på tall fra «Forbrukerundersøkelsen» til SSB (Statistisk Sentralbyrå, 2014). Disse sier noe om husholdningenes utgift per år fordelt etter vare- og tjenestegruppe og etter landsdel. Dette innebærer at vi la til grunn at hver næringsgruppe i PANDA produserte en, eller et fåtall, varer og tjenester som vi fant igjen i «Forbrukerundersøkelsen». Vi valgte landsdelen Vestlandet som var det mest konkrete nivået i SSBs «Forbrukerundersøkelse». Dette arbeidet viste seg å være for tidkrevende og det var svært vanskelig å fordele næringer på varer/tjenester, dels fordi enkelt næringer kan produsere mange ulike varer og tjenester, men fremfor alt fordi det er krevende å fordele verdiskapingen knyttet til den enkelte varen på de ulike næringene. De fleste varer blir omsatt via næringene detaljhandel og agentur - /engroshandel og det er derfor svært vanskelig å knytte deler av denne verdiskapingen til enkelt næringer. Vi så oss derfor nødt til å forutsette at den største delen av privatkonsumet foregår i næringen «Detaljhandel, unntatt motorvogner». Denne har en egendekningsgrad på 52,9% noe vi syntes var veldig høyt. Vi har i samarbeid med veileder forsøkt å kompensere for dette med å inkludere næringen «Agentur- og engroshandel, unntatt med motorvogner» og deretter ta et veid gjennomsnitt<sup>6</sup> av disse to næringene. Den sistnevnte næringsgruppen ble inkludert for å ta hensyn til at verdiskapingen i detaljhandelen trolig vil overdrive den lokale egendekningsandelen i konsumet, fordi mange av varene som omsettes der vil være produsert utenfor regionen. Vi endte da opp med en egendekningsandel i Sogn og Fjordane på 37,7%, det vil si at hvis man kjøper noe for 100 kr i Sogn og Fjordane, så vil virksomheter i fylket stå bak 37,7 kr av denne verdien. Vi legger da til grunn at egendekningsgraden for privat konsum i Indre Sogn og Vik også ligger på 37,7 %.

For å regne ut ringvirkningsmultiplikatoren etter formelen  $k = \frac{1}{1-(c-m)(1-t)}$  måtte vi finne tall for marginal konsumtilbøyelighet (c), den prosentvise delen av konsum som blir importert

---

<sup>6</sup> Med veid gjennomsnitt menes at hver enhet er tillagt vekt for sin betydning for resultatet.

til regionen (m) og den gjennomsnittlige prosentvise totalskatten per årsverk (t). Ved hjelp av informasjon fra SSB fant vi ut at  $c = 90\%$  (Halvorsen, 2011). For å finne (m) regnet vi ut  $1 - 0,377$ , som er gjennomsnittlig egendekningsandel i Sogn og Fjordane (PANDA), og vi fant da at  $m = 0,623$ . Den gjennomsnittlige prosentvise totalskatten per årsverk er lik  $24,2\%$  (Statistisk Sentralbyrå, 2005).

Etter vi hadde funnet de direkte, indirekte og induserte virkningene ville vi prøve å fordele de indirekte virkningene på forskjellige næringer. Vi tok da utgangspunkt i oversikten vi hadde laget oss over leverandører i regionen og fordelte disse på sytten næringsgrupper:

“Varehandel”, “Industri”, “Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning”, “Vann, avløp og renovasjon”, “Olje- og gassutvinning og bergverksdrift”, “Finanstjenester”, “Personlig tjenesteyting”, “Undervisning”, “Samferdsel, Hotell- og restaurantvirksomhet”, “Faglig og teknisk tjenesteyting”, “Informasjon og kommunikasjon”, “Omsetning og drift av fast eiendom”, “Forretningsmessig tjenesteyting”, “Helse- og sosialtjenester”, “Kultur, underholdning og fritid”, og “Bygge- og anleggsvirksomhet”. Grunnen til at vi valgte disse sytten næringene er at vi fant oversikt for gjennomsnittlig arbeidskraftkostnad per årsverk for disse næringsgruppene i Statistisk Sentralbyrås “Tabell: 07685: Gjennomsnittlige arbeidskraftkostnader per årsverk, etter næring (SN2007)” (Statistisk Sentralbyrå, 2016).

Denne ville vi bruke til å si noe om hvor mange årsverk de indirekte virkningene av Sogndal Fotball bidrar med i de forskjellige næringene. Vi benyttet oss av “Standard for næringsgruppering (SN2007)” (Statistisk Sentralbyrå, 2009) til å fordele bedriftene på de næringsgruppene vi hadde funnet arbeidskraftkostnadene til.

I oversikten over arbeidskraftkostnader er det to næringer som ikke er med i forhold til “Standard for næringsgruppering”. Disse er Jordbruk, skogbruk og fiske, og Offentlig administrasjon, forsvar, og trygdeordninger underlagt offentlig forvaltning. I samtaler med veileder ble vi enige om at jordbruksnæringen ikke var med fordi dette er en næring med få lønnstakere og vi har derfor plassert bedrifter i denne næringen under varehandel. Offentlig administrasjon er fordelt på de tre næringene: Helse- og sosialtjenester, Undervisning samt Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting. Vi regnet ut en fordelingsnøkkel basert på hvor mange som er ansatt i disse tre forskjellige næringene på nasjonalt nivå ved hjelp av SSBs tabell 08536 (Statistisk Sentralbyrå, 2012), og fant da følgende fordeling:

Næringsgruppe	Antall sysselsatte	Prosent
Helse- og omsorgstjenester	525 400	70,3 %
Undervisning	208 600	27,9 %
Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting	13 300	1,8 %
Sum	747 300	100,0 %

*Tabell 3.1: Fordelingsnøkkel for offentlige tjenester.*

Vi fordelte summen av de offentlige tjenestene, som utgjorde kr 1 908 300, etter denne fordelingsnøkkelen.

Etter at vi hadde fordelt vare- og tjenestekostnaden på de forskjellige næringene fant vi ut hvor mange årsverk som var sysselsatt i hver næring. For å gjøre dette benyttet vi oss av statistikk fra Statistisk Sentralbyrå som viste total omsetning og antall sysselsatte i følgende næringer: Bygge- og anleggsvirksomhet (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Samferdsel (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Varehandel (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Hotell og restaurantvirksomhet (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Personlig tjenesteyting (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Omsetning og drift av eiendom (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Informasjon og Kommunikasjon (Statistisk Sentralbyrå, 2016), elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning<sup>7</sup> (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Vannforsyning, avløp og renovasjon (Statistisk Sentralbyrå 2015), Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Industri og bergverksdrift (Statistisk Sentralbyrå, 2016), Forretningsmessig tjenesteyting (Statistisk Sentralbyrå, 2016). For hver av disse næringsgruppene tok vi omsetningen i kroner og delte på antall sysselsatte i næringen og fant omsetningen per sysselsatte.

Vi fant ikke statistikk for næringene: Undervisning, Helse- og sosialtjenester, Finanstjenester og Kultur, underholdning og fritid. Vi tok da gjennomsnittet av omsetningen per sysselsatte i de andre næringene og benyttet oss av dette i de fire ukjente næringene.

For å gjøre omsetning per sysselsatt om til årsverk måtte vi finne ut hvor mange sysselsatte som utgjør et årsverk, her fant vi kommunale og fylkeskommunale tall (Statistisk Sentralbyrå,

---

<sup>7</sup> For næringen Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning er det bare kraftforsyningsleden som er relevant fordi det bare er Sognekraft og Luster Energiverk som er leverandører innenfor denne næringen.

2016). Vi delte antall sysselsatte i kommunal sektor i Norge på antall årsverk i samme sektor og kom frem til 1,3 sysselsatte per årsverk i sektoren. Vi gjorde det samme for fylkeskommunal sektor og kom frem til 1,15 sysselsatte per årsverk. Vi regnet så gjennomsnittet av disse to og kom frem til at et årsverk tilsvarer 1,22 sysselsatte. Siden vi ikke fant datamateriale for privat sektor måtte vi anslå at forholdstallet i privat sektor er det samme som det vi fant for gjennomsnittet i kommunal og fylkeskommunal sektor.

I statistikkene fra SSB med oversikt over omsetning per sysselsatt i ulike næringer var både omsetning per sysselsatt for bedrifter og omsetning per sysselsatt for foretak vist. Med unntak av disse næringene er omsetning per sysselsatt i bedrifter tatt med i beregningene: Omsetning av fast eiendom, faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting og forretningsmessig tjenesteyting. I disse næringene ble omsetning per sysselsatt for foretak tatt med i beregningene, da data for omsetning per sysselsatt for bedrifter ikke var tilgjengelig. Statistikken for næringene var også fordelt etter sysselsettingsgruppene: 0-9, 10-19, 20-49, 50-249, og 250-. Ca. 90 % av virksomheter i Norge har 0-9 ansatte (Statistisk Sentralbyrå, 2015). Av den grunn tok vi bare med denne grupperingen i utregningen for disse næringene.

For næringen Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning fant vi omsetning for kraftforsyning og antall sysselsatte i to forskjellige tabeller, "Sysselsatte 15-74 år, etter kjønn, avtalt/vanlig arbeidstid pr. uke og næring. Prosent" og "Omsetning. Årstall, etter næring, varetype og marked. Ujusterte serier. Millioner kroner".

Vi brukte disse utregningene til å si noe om hvor mange årsverk Sogndal Fotball sine indirekte virkninger opprettholder hos underleverandørene.

Næringsgruppe	Omsetning per årsverk (kr)
Bygg- og anlegg	2 482 473
Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting	1 809 823
Finanstjenester	3 782 523
Forretningsmessig tjenesteyting	3 754 939
Helse og sosial	3 782 523
Industri og bergverksdrift	4 027 622
Informasjon og kommunikasjon	2 907 244
Kultur, underholdning og fritid	3 782 523
Kraftforsyning	10 185 089
Omsetning av fast eiendom	7 232 151
Overnatting og servering	883 973
Personlig tjenesteyting	820 551
Samferdsel	3 064 930
Undervisning	3 782 523
Vannforsyning, avløp og renovasjon	3 273 011
Varehandel	4 948 473

Tabell 3.2: Omsetning per årsverk i næringsgrupper i år 2014.

### 3.4 Hvor gode er de konklusjonene vi har trukket?

I arbeidet med oppgaven har vi hatt som formål å kunne konkludere med et så riktig resultat av ringvirkningene som mulig. For å kunne gjøre dette har vi hele tiden prøvd å benytte oss av de mest nøyaktige tallene vi hadde tilgang på, men vi har likevel blitt nødt til å gjøre forutsetninger og anslag. Det har heller ikke alltid vært mulig å finne registerdata for regionen. Blant annet er egendekningsgraden fra PANDA på fylkesnivå, og den er basert på data fra nasjonalregnskapet fra 2010, mens «Forbrukerundersøkelsen» til SSB var på Vestlandsnivå. Det er også viktig at de kildene vi har benyttet oss av er pålitelige og av god kvalitet for at vi skal kunne dra riktige konklusjoner. Dette føler vi at vi har klart da største parten av sekundærdataene vi har benyttet kommer fra offentlige etater.

## **Kapittel 4. Resultater**

Dette kapittelet inneholder våre analyser av identifiserte ringvirkninger av verdiskapingen i Sogndal Fotball. I den videre presentasjonen er tall fra Sogndal Fotball AS (SF AS) og Sogndal Idrettslag Fotball (SIF) summert, om ikke annet er nevnt. Regnskapstallene som er lagt til grunn i våre analyser er hentet fra nettsiden [www.purehelp.no](http://www.purehelp.no). Purehelp henter sine tall fra Brønnøysundregisteret. Det er også viktig å være klar over organiseringen i klubben, da organisasjonsform er avgjørende for blant annet skatteplikten. Sogndal Idrettslag Fotball er et idrettslag og dermed ikke skattepliktig jf. Skatteloven § 2-32, første ledd, i motsetning til Sogndal Fotball AS som er et aksjeselskap og er derfor skattepliktig jf. Skatteloven § 2-2, første ledd, bokstav a (Skatteloven, 2000).

### **4.1 Kartlegging av ringvirkninger**

Som tidligere nevnt, har vi valgt å dele ringvirkningene inn i direkte, indirekte, induserte, og katalytiske virkninger. Det er viktig å tolke tallene i forhold til de forutsetningene som funnene baserer seg på. Beregningene av de økonomiske ringvirkningene som Sogndal Fotball skaper i regionen tar utgangspunkt i et alternativ der denne verdiskapingen faller helt bort. Den tar derfor ikke hensyn til at arbeidskraften og de øvrige produksjonsfaktorene i Sogndal Fotball og i de leverende bransjer vil ha en alternativ utnyttelse i fravær av Sogndal Fotball. Det er lite trolig at samtlige ansatte i Sogndal Fotball og ansatte i leverandører som Sogndal Fotball skaper grunnlag for, ville gått helt arbeidsledige om ikke klubben hadde eksistert.

## Inntekter

Driftsinntektene til Sogndal Fotball utgjorde i 2014 kroner 91 571 000. Driftsinntektene har økt relativt stabilt i perioden 2012-2014 med en gjennomsnittlig økning på 1 550 000 kr per år.

År	Sogndal Fotball AS	Sogndal Idrettslag Fotball	Sum
2014	54 270 000	37 301 000	91 571 000
2013	50 203 000	40 712 000	90 915 000
2012	48 260 000	40 211 000	88 471 000

Tabell 4.1: Driftsinntekter i Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball i perioden 2012-2014.



Figur 4.1: Inntektsoversikt i Sogndal Fotball for år 2014.

Leieinntekter og sponsorinntekter er svært viktige inntektskilder i klubben. De utgjør tilsammen 53 % av driftsinntektene til Sogndal Fotball i 2014. Media- og ligainntekter utgjør 15 %, inntekter på kampdag 15 % og andre inntekter 17 %.



## Kostnader

Kostnadene til Sogndal Fotball utgjorde i 2014 kroner 92 531 000 kroner. Kostnadene har ligget relativt stabilt i 2013 og 2014. Fra 2012 til 2013 økte kostnadene med i underkant av 10 millioner kroner. Vi har ikke lyktes med å finne en forklaring på denne økningen.

År	Sogndal Fotball AS	Sogndal Idrettslag Fotball	Sum
2014	56 150 000	36 381 000	92 531 000
2013	54 443 000	37 817 000	92 260 000
2012	48 532 000	33 896 000	82 428 000

Tabell 4.2: Kostnadsoversikt for Sogndal Fotball for år 2014.



Figur 4.2: Kostnadsoversikt i Sogndal Fotball for år 2014. I kostnadsoversikten er finanskostnader også inkludert.

Vareforbruket og andre driftskostnader utgjør 53 % av kostnadene til Sogndal Fotball i 2014. Lønnskostnaden utgjør 28 %, mens avskrivninger og finanskostnaden til sammen utgjør resterende 19 %.

## 4.2 Direkte virkninger

Som beskrevet i teorien (kapittel 2) har vi valgt å definere netto verdiskaping som:

Netto verdiskaping = Eierinntekt + Netto finanskostnad + Lønnskostnad.

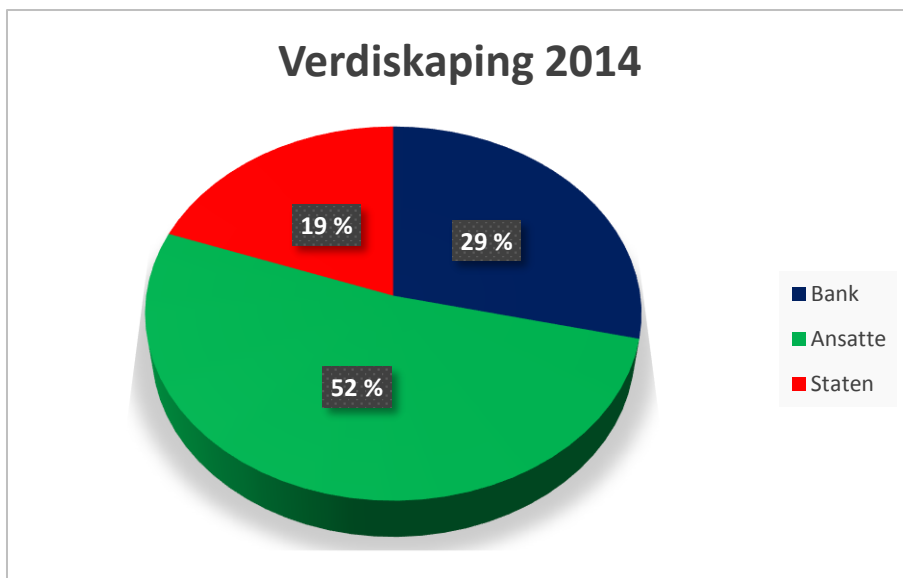
Dette har vi gjort siden netto finanskostnad er høyere enn driftsresultatet i Sogndal Fotball. I oppgaven har vi valgt å kartlegge netto verdiskaping.

Verdiskapingen i klubben fordeler seg på følgende interessentgrupper: de ansatte som mottar lønn, staten som mottar skatter og avgifter, banken som mottar renteinntekter fra lån og eierne som mottar utbytte.

Formål	Beløp 2014	Andel	Gjennomsnitt 2012-2014	Andel
Til ansatte	18 724 000	52 %	17 955 000	49 %
Til staten	6 996 000	19 %	6 709 000	18 %
Til banken	10 330 000	29 %	10 075 000	27 %
Utbetalt utbytte	0	-	0	-
Tilbakeholdt overskudd	0	-	2 368 000	6 %
Total verdiskaping	36 050 000	100 %	37 107 000	100 %

Tabell 4.3: Nettoverdiskaping i Sogndal Fotball for 2014 og gjennomsnitt for årene 2012-2014.

I vår kartlegging har vi forutsatt at lønnskostnaden kun er sammensatt av brutto lønn og arbeidsgiveravgift. Sogndal kommune tilhører sone 1a (Skatteetaten, 2015) som innebærer at bedriften må betale arbeidsgiveravgift med en sats på 10,6 % (Skatteetaten, 2015). Staten mottar skatt på de ansattes lønnsinntekt der vi har tatt utgangspunkt i en gjennomsnittlig skattesats på 24,2 % (Statistisk Sentralbyrå, 2005). Verdiskapingen knyttet til de ansatte er utbetalt lønn. Staten mottar arbeidsgiveravgift fra bedriften og inntektsskatt fra de ansatte. Vi har valgt å se bort fra merverdiavgift i våre beregninger, fordi dette er en indirekte skatt som går til staten og som dermed har små regionale effekter for kommunene i regionen vår. Selskapsskatten har i perioden vært lik null, grunnet utsatt skattefordel som følge av underskudd fra tidligere år. Godtgjørelse for den kapitalinnsatsen som banken står for, er netto finanskostnader som er finanskostnader fratrukket finansinntekter.



Figur 4.3: Verdiskaping i Sogndal Fotball i 2014.



Figur 4.4: Gjennomsnittlig verdiskaping i Sogndal Fotball i 2012-2014.

I 2014 bidro Sogndal Fotball med en verdiskaping på kr 36 050 000 som skyldes den daglige driften. Verdiskapingen fordeler seg nokså likt i 2014 som i gjennomsnitt for perioden 2012-2014, med unntak av tilbakeholdt overskudd, som er 0 i 2014 og 2 368 000 i gjennomsnitt i perioden. Dette skyldes høy overføring til egenkapitalen i 2012. I gjennomsnitt er det de ansatte i bedriften som sitter igjen med den største delen av verdiskapingen (49%). Staten mottar i underkant av 20 % av verdiskapingen, banken i underkant av 30 % og bedriften med 6 % i gjennomsnitt. Utbetalt utbytte har i perioden vært lik 0. Dette henger sammen med

klubbens formål og eieren som er et idrettslag. Idrettslag kan ikke ha «ervert til formål», om de har det, blir de skattepliktige jf. Skatteloven § 2-32, første ledd (Skatteloven, 2000).

Årsaken til det gode driftsresultatet i 2012, som ga høy netto verdiskaping dette året skyldes både lavere driftskostnader og høyere driftsinntekter. Årsaken til dette har vi ikke lyktes med å finne.

År	Driftsresultat	Netto finanskostnader	Resultat før skatt	Sum skatt
2014	8 162 000	-9 739 000	-1 577 000	-619 000
2013	6 271 000	-9 729 000	-3 459 000	-940 000
2012	9 317 000	-9 036 000	280 000	-64 000

Tabell 4.4: Driftsresultat, netto finanskostnader, resultat før skatt og skatt på ordinært resultat for Sogndal Fotball AS for årene 2012 – 2014.

Driftsresultatet er positivt i samtlige år, men på grunn av høye finanskostnader går Sogndal Fotball AS totalt sett i underskudd i 2014 og 2013. Aksjeselskapet hadde derimot et lite overskudd i 2012. Skatt på årsresultatet betales med en sats på 27 % for inntektsåret 2014. Selskapsskatten har i perioden vært lik null, grunnet utsatt skattefordel som følge av underskudd fra tidligere år.

År	Organisasjon	Driftsresultat	Netto finanskostnad	Resultat før skatt	Årsresultat
2014	SF AS	8 162 000	-9 739 000	-1 577 000	-957 000
	SIF	1 531 000	-591 000	940 000	940 000
2013	SF AS	6 271 000	-9 729 000	-3 459 000	-2 519 000
	SIF	3 500 000	-562 000	2 937 000	2 937 000
2012	SF AS	9 317 000	-9 036 000	280 000	344 000
	SIF	6 929 000	-569 000	6 359 000	6 359 000

Tabell 4.5: Driftsresultat, netto finanskostnader, resultat før skatt og årsresultat for Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball for årene 2012 – 2014.

Selv om driftsresultatet er positivt og høyt i alle de tre årene, går Sogndal Fotball i underskudd grunnet høye finanskostnader både i 2014 og 2013. Finanskostnadene i Sogndal Fotball utgjør tilsvarende 12 % av driftsinntektene for årene 2012, 2013 og 2014. Årsaken til

dette skyldes primært utbyggingen av Fosshaugane Campus som stod ferdig i 2006 (Veidekke, 2016). I følge regnskapet for 2014 hadde klubben gjeld på kroner 225 millioner, hvorav 214 millioner var langsiktig gjeld. Sogndal Idrettslag Fotball har betydelig større overskudd enn Sogndal Fotball AS i årene 2012, 2013 og 2014. Overskuddene var på henholdsvis kroner 6 359 000, 2 937 000 og 940 000. For alle årene har disse overskuddene blitt overført til egenkapitalen. Ved beregninger av tilbakeholdt overskudd i oversikten over verdiskapingen er over-/underskuddet i SF AS lagt til / trukket fra overskuddet i SIF.

Netto finanskostnad utgjorde i 2014 kroner 10 330 000. Lån og innskudd er plassert i Sparebanken Vest. Selv om utbetalingene er svært høye, er det vanskelig å kunne si noe om hvor stor del av verdiskapingen som blir igjen i regionen. Dette med tanke på at Sparebanken Vest låner penger av Norges Bank. Vi har i denne oppgaven forutsatt at netto finanskostnad kun tilfaller vår region, fordi klubbens langsiktige gjeld i all hovedsak er finansiert av Sparebanken Vest som har et kontor i Sogndal med 12 ansatte.

### **Direkte sysselsetting**

Som vist i fordelingen av verdiskapingen, går største delen av verdiskapingen til de ansatte. Den direkte sysselsettingen i Sogndal Fotball inkluderer ansatte i både Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball. Summert over begge organisasjonene viser dette totalt 64 ansatte (Purehelp, 2015). På grunn av at 9 ansatte jobber i begge organisasjonene, teller disse to ganger. Antall ansatte til sammen utgjør derfor 55 personer og hver person arbeider tilsvarende ett årsverk.

Avdeling	Antall	Bosatt i regionen	Bosatt i regionen %
Administrasjon / støtteapparat	30	30	100
Spillere	25	25	100
Totalt	55	55	100

*Tabell 4.6: Antall ansatte, etter avdeling og bosted.*

Siden samtlige ansatte i Sogndal Fotball er bosatt i regionen gir verdiskapingen knyttet til de ansatte regionaløkonomisk effekt tilsvarende 18 724 000, 52 % av verdiskapingen for 2014.

Region	Sysselsatte	Andel	Sysselsatte i regionen	Andel
Indre Sogn og Vik	55	100 %	14 336	0,38%

Tabell 4.7: Antall ansatte og andel av regionen. (Statistisk Sentralbyrå, 2016)

Regionen sysselsetter i overkant av 14 000 personer. Sogndal Fotball utgjør 0,38 % av sysselsettingen i regionen.

### Staten

Staten mottar i underkant av 20 % av verdiskapingen i Sogndal Fotball. Dette er som nevnt inntektsskatt og arbeidsgiveravgift, siden klubben ikke har betalt selskapsskatt. Som tidligere nevnt, har vi valgt å se bort fra merverdiavgift. Hvilken regionaløkonomisk effekt Sogndal Fotball har på den offentlige aktiviteten i regionen henger sammen med skattesystemet. I Norge er skattesystemet sammensatt slik at bedrifter betaler svært lav skatt til kommunen der de er lokalisert. Både merverdiavgiften, arbeidsgiveravgiften og selskapsskatten går uavkortet til staten. Dette henger sammen med inntektsutjevningssystemet for kommunene i Norge, som gjennom en meget sterk utjevningsmekanisme sørger for at det er svært liten sammenheng mellom størrelsen på de kommunale skatteinntektene og de disponible inntekter i kommunene etter inntektsutjevningen (Regjeringen, 2015). I vår beregning har vi forutsatt at all verdiskaping som går til staten gjennom betaling av arbeidsgiveravgiften og inntektsskatten tilfaller offentlig forvaltning i vår region, som følge av inntektsutjevningssystemet. Deler av inntektsskatten og formuesskatten til privatpersoner går til kommunen. Disse innbetalingene er en del av de induserte virkningene som er nærmere beskrevet i kapittel 4.4.

Direkte skatter og avgifter som betales av Sogndal Fotball som direkte går til regionen, er skatt på eiendommen (eiendomsskatten) og festeavgiften, som er en avgift til grunneieren av tomte. Eiendomsskatten går til kommunen og siden tomte Sogndal Fotball har sine bygg og anlegg på er eid av Sogndal kommune, går også festeavgiften til Sogndal kommune. Avgifter knyttet til vann, avløp, renovasjon og feiing er ikke tatt med i beregningene.

År	Eiendomsskatt	Festeavgift	Sum
2014	269 000	206 000	475 000
2013	202 000	209 000	411 000
2012	202 000	214 000	416 000

Tabell 4.8: Eiendomsskatt og festeavgift for årene 2012-2014.

Sum skatter og avgifter som Sogndal Fotball betalte til Sogndal kommune utgjorde i 2014 475 000 kr.

### **Kort oppsummering**

Sogndal Fotball sysselsetter 55 årsverk i året. Dette utgjør 0,38 % av sysselsettingen i regionen vår. Innbetaling til kommunal sektor direkte fra Sogndal Fotball utgjorde i 2014 kroner 475 000 kr, noe høyere enn gjennomsnittet i perioden 2012-2014, som følge av økt eiendomsskatt. Sogndal Fotball bidro i 2014 med en verdiskaping på kr 36 050 000, dette utgjør kr 655 455 i verdiskaping per årsverk. Vi har forutsatt at all netto verdiskaping fra Sogndal Fotball tilfaller vår region.

### **4.3 Indirekte virkninger**

De indirekte virkningene er resultatet av Sogndal Fotball sin etterspørsel etter varer og tjenester i regionen. Sogndal Fotball hadde i perioden 01.01.12 til 31.12.14 et totalt varekjøp på kr 212 573 724 ifølge leverandørlistene, etter vi trakk fra alle interne transaksjoner gjenstår det en nettovarekostnad på kr 134 692 524. Av dette beløpet består kr 62 347 562 av vare- og tjenestekjøp i regionen, det vil si 46,29 %, noe som utgjør et årlig, gjennomsnittlig vare- og tjenestekjøp fra andre virksomheter i regionen på kr 20 782 521. Leverandørlisten består av varekostnaden og andre driftskostnader, sistnevnte er kostnader til blant annet reklame, forsikring og strøm. Vi ser derimot av offentlige regnskapstall hos Proff (Proff, 2016) at Sogndal Fotball har en total vare- og tjenestekostnad på kr 22 645 870 i regionen i 2014, denne forskjellen har vi ikke lyktes med å forklare.

	Sogndal Fotball AS	Sogndal Idrettslag Fotball	Sum
Varekostnad	18 084 000,00	2 946 000,00	21 030 000,00
Andre driftskostnader	12 461 000,00	15 432 000,00	27 893 000,00
Sum	30 545 000,00	18 378 000,00	48 923 000,00
Utenfor region (53,7 %)	16 406 086,04	9 871 044,34	26 277 130,38
<b>Regional del (46,3%)</b>	<b>14 138 913,96</b>	<b>8 506 955,66</b>	<b>22 645 869,62</b>

*Tabell 4.9: Kostnader i Sogndal Fotball, i og utenfor regionen.*

For å fordele denne differansen ut på de forskjellige næringsgruppene benyttet vi oss av en skaleringsnøkkel på 1,09 (22 645 870/20 782 521). Vi regnet så ut omsetning per årsverk i de forskjellige næringsgruppene for å kunne si noe om hvordan fordelingen av antall årsverk som

skyldes de indirekte virkningene er (se kapittel 3.3). De indirekte virkningene til Sogndal Fotball opprettholder årsverk i følgende næringsgrupper:

Varekjøp etter næring	Leverandørliste (kr)	Skalering (kr)	Omsetning per årsverk (kr)	Årsverk
Bygge- og anleggsvirksomhet	4 214 882	4 592 786	2 482 473	1,85
Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning	3 031 291	3 303 075	10 185 089	0,32
Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting	2 128 454	2 319 290	1 809 823	1,28
Finanstjenester	1 350 544	1 471 633	*3 782 523 <sup>8</sup>	0,39
Forretningsmessig tjenesteyting	182 603	198 975	3 754 939	0,05
Helse- og sosialtjenester	1 200 241	1 307 854	*3 782 523	0,35
Hotell- og restaurantvirksomhet	2 056 734	2 241 140	883 973	2,54
Industri	1 062 087	1 157 313	4 027 622	0,29
Informasjon og kommunikasjon	525 436	572 546	2 907 244	0,20
Kultur, underholdning og fritid	1 023 446	1 115 207	*3 782 523	0,29
Olje- og gassutvinning og bergverksdrift	479	522	4 027 622	0,00
Omsetning og drift av fast eiendom	50 028	54 514	7 232 151	0,01
Personlig tjenesteyting	24 936	27 171	820 551	0,03
Samferdsel	1 166 101	1 270 653	3 064 930	0,41
Undervisning	264 762	288 501	*3 782 523	0,08
Vann, avløp, renovasjon	718 031	782 410	3 273 011	0,24
Varehandel	1 782 464	1 942 279	4 948 473	0,39
Sum	20 782 521	22 645 870		8,72

Tabell 4.10: Fordeling av årsverk grunnet indirekte virkninger.

<sup>8</sup> \*3 782 523 er gjennomsnittstallet brukt for næringene vi ikke lyktes med å finne omsetning per årsverk for.



Som vi ser av tabellen opprettholder Sogndal Fotball ca. 9 årsverk hos leverandørene i regionen på grunn av sine vare- og tjenestekjøp. Dette er de indirekte virkningene av Sogndal Fotball, et ledd ut i verdikjeden. Det kommer frem i den totale analysen (tabell 4.19, s. 53) at det forekommer verdiskaping i flere ledd bakover hos leverandørene og underleverandørene, fordi hvert ledd ønsker å legge til en avanse for å sikre seg økonomisk fortjeneste. Denne totale verdiskapingen summert for alle ledd vil være lik kr 22 645 870 som Sogndal Fotball betaler i vare- og tjenestekostnad fordi verdien av omsetningen i det siste leverandørleddet er uttrykk for den samlede verdiskapingen både i dette leddet og i alle de bakenforliggende leverandørledd (underleverandørene). Vi ser av tabellen at hotell- og restaurantnæringen er størst med 2,54 årsverk opprettholdt av Sogndal Fotball, denne blir etterfulgt av bygge- og anleggsnæringen med 1,85, og faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting med 1,28. I andre enden ser vi at olje- og gassutvinning og bergverksdrift er så godt som null, og forretningsmessig tjenesteyting, omsetning og drift av fast eiendom, personlig tjenesteyting og undervisning har veldig få arbeidsplasser som baserer seg på leveranser av varer og tjenester til Sogndal Fotball. Dette skyldes nok næringenes natur og vi vet fra før at olje- og gassutvinningsnæringen er så godt som ikke-eksisterende i regionen vår.

#### **4.4 Induserte virkninger**

De induserte virkningene fra Sogndal Fotball oppstår som en konsekvens av at personer som mottar godtgjørelse for arbeids- eller kapitalinnsats i klubben bruker deler av denne til å etterspørre varer og tjenester i regionen. Denne etterspørselen etter varer og tjenester generer arbeidsplasser i andre næringer. Disse personene har vi valgt å gruppere i følgende grupper:

- Ansatte i administrasjon, spillere og styret
- Eiere
- Långiver
- Ansatte i kommunal sektor

Som tidligere nevnt er det 55 ansatte i Sogndal Fotball per 2016. I de videre resultatene er dette antallet sysselsatte lagt til grunn for årene 2012, 2013 og 2014.

År	Lønnskostnader	Arbeidsgiveravgift og skatt	Utbetalt lønn
2014	25 720 000	6 996 000	18 724 000
2013	25 079 000	6 822 000	18 257 000
2012	23 194 000	6 309 000	16 885 000

Tabell 4.11: Lønnskostnader, utbetalt lønn, arbeidsgiveravgift og inntektsskatt betalt av de ansatte i Sogndal Fotball for årene 2012-2014

Våre anslag for utbetalt lønn etter skatt bygger på følgende forutsetninger: At lønnskostnaden kun er sammensatt av brutto lønn og arbeidsgiveravgift, og at gjennomsnittlig inntektsskatt er 24,2 % (Statistisk Sentralbyrå, 2005). Arbeidsgiveravgiften i Sogndal kommune er 10,6 % (Skatteetaten, 2015). Styret i Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball består av til sammen 6 personer (Østbø, H. 2016). Eventuelt utbetalt styrehonorar er inkludert i lønnskostnaden, og derfor tatt med i våre beregninger.

Legger vi disse forutsetningene til grunn får vi følgende resultat:

Lønnskostnad / arbeidsgiveravgiftssats (1,106) = brutto lønn.

Total lønnskostnad for 2014 = 25 720 000 kr.

Deler en total lønnskostnad på 1,106 finner en brutto lønn:

$25\,720\,000 \text{ kr} / 1,106 = 23\,254\,973 \text{ kr}$ .

Differansen mellom total lønnskostnad og brutto lønn vil da utgjøre arbeidsgiveravgiften.

Av brutto lønn betales 24,2% i gjennomsnittlig inntektsskatt. Sammenhengen mellom brutto lønn og netto lønn vil da være:

Brutto lønn / 1,242 = Netto lønn:

$23\,254\,973 / 1,242 = 18\,723\,811 \text{ kr}$ .

Skatten vil utgjøre differansen mellom brutto og netto lønn.

År	Arbeidsgiveravgift	Inntektsskatt	Arbeidsgiveravgift og skatt
2014	2 465 000	4 531 000	6 996 000
2013	2 404 000	4 418 000	6 822 000
2012	2 223 000	4 086 000	6 309 000

Tabell 4.12: Inntektsskatt og arbeidsgiveravgift som betales av Sogndal Fotball og de ansatte i Sogndal Fotball for årene 2012-2014.

År	Brutto lønn	Netto lønn	Inntektsskatt
2014	23 255 000	18 724 000	4 531 000
2013	22 675 000	18 257 000	4 418 000
2012	20 971 000	16 885 000	4 086 000

*Tabell 4.13: Brutto og netto lønn til de ansatte i Sogndal Fotball og inntektsskatt fra de samme personene for årene 2012-2014.*

Som tidligere nevnt er det den delen av de samlede skattene og avgiftene som tilfaller kommunene i vår region som er interessante når en skal kartlegge de regionaløkonomiske ringvirkningene av Sogndal Fotball. Skatt på inntekt fra de ansatte i Sogndal Fotball utgjorde 4 531 000 kr i 2014. Av skatt på inntekt, går 11,6 % til kommunen, 2,45 % til fylkeskommunen og de resterende 12,95 % til staten. Dette er satser for inntektsåret 2014 (Stortingets skattevedtak, 2014). En kunne videre gjort et anslag på fordelingen utfra hvor stor andel som tilfaller kommunene, fylkeskommunen og staten. På grunn av skattesystemets kompleksitet og kommunenes inntektssystem ville dette bydd på store utfordringer. Selv om en vet fordelingen av den alminnelige skattesatsen på 27 %, kjenner vi ikke sammensetningen av skatten som de ansatte i bedriften totalt sett betaler til henholdsvis stat, kommune og fylkeskommune. Dette skyldes blant annet at toppskatten uavkortet går til staten. Siden en ikke vet hvor mange prosent av skatten som er toppskatt, er det vanskelig å kunne foreta et pålitelig estimat på dette. Da måtte en i så fall få tilgang til samtlige selvangivelser, noe som naturlig nok ikke er offentlig informasjon. Kommunens økonomi baserer seg i liten grad på hvilke skatter og avgifter kommunen krever inn, men er i betydelig utstrekning avhengig av resultatene fra inntektsutjevningssystemet (Regjeringen, 2015). Av den grunn vil det være knyttet stor usikkerhet til anslag for kommunens reelle skatteinntekter fra de ansatte i Sogndal Fotball. Vi har derfor valgt en annen tilnærming og brukt nasjonale tall fra Statistisk Sentralbyrå.

År	Skatt på inntekt til kommuner	Formuesskatt til kommuner	Sum
2014	1 694 000	610 500	2 304 500
2013	1 650 000	550 000	2 200 000
2012	1 578 500	489 500	2 068 000

*Tabell 4.14: Tabellen viser gjennomsnittlig innbetalt inntektsskatt og formuesskatt til kommunen for personer over 17 år og eldre bosatt i Sogn og Fjordane for årene 2012 - 2014.*

*Summene er ganget med 55 for å vise samlet betaling fra de ansatte i Sogndal Fotball. (Statistisk Sentralbyrå, 2016).*

Tabellene fra SSB viser samlet skatt på inntekt til kommune og fylke samlet sett. Av den grunn må en gjøre en fordeling av summen for å finne hvor stor del som går til kommunen og fylkeskommunen. Inndelingen av skatten er: 11,6 % til kommune og 2,45 % til fylket. Totalt utgjør dette 14,05 %. Skal en finne andelen som går til kommunen tar en utgangspunkt i forhåndstallet som går til fylkeskommunen og trekke fra den delen. Dette gjør en ved å dele 2,45 på 14,05. Da finner en at 17,43% av skatt til kommune og fylke går til fylket.  $37\,300 - 17,44\% = 30\,800$  kr. 37 300 kr går til kommunen og 6 500 kr til fylket. Samme beregninger er gjort for årene 2012 og 2013.

År	Kommunale avgifter	Eiendomsskatt	Sum
2014	274 000	91 000	365 000
2013	268 000	85 500	353 500
2012	259 000	78 400	337 400

*Tabell 4.15: Gjennomsnittlige kommunale avgifter for boliger på Vestlandet og gjennomsnittlige, nasjonale tall for eiendomsskatt for årene 2012, 2013 og 2014. Begge tall ganget med 55. (Statistisk Sentralbyrå, 2015) og (Statistisk Sentralbyrå, 2016).*

Kommunale avgifter innebærer avgifter til vann, avløp, renovasjon og feiing. Tallene er et veid gjennomsnitt<sup>9</sup> for en bolig i kommuner på Vestlandet. Tall fra SSB viser at det per 1. januar 2015 i gjennomsnitt bodde 2,2 personer per husholdning i Norge (Statistisk Sentralbyrå, 2016). Med tanke på at dette inkluderer barn som mest sannsynlig ikke betaler noen av disse avgiftene, kan vi anta at en ansatt person i Sogndal Fotball i gjennomsnitt betaler 50 % av disse utgiftene. Det kan også tenkes at en del ansatte, eksempelvis spillere, leier og ikke eier en bolig, men at disse avgiftene da er inkludert i husleien og at dette da betales indirekte av den ansatte.

Eiendomsskatten er regnet som et veid gjennomsnitt av en bolig på 120 kvadratmeter for

---

<sup>9</sup> Med veid gjennomsnitt menes at hver enhet er tillagt vekt for sin betydning for resultatet. Med andre ord, desto flere innbyggere det er i kommunen desto mer teller kommunen i gjennomsnittet, da tallet baserer seg på sum innbetalinger.

kommunene i Norge. Vi har forutsatt at en ansatt i Sogndal Fotball betaler 50 prosent av disse utgiftene i gjennomsnitt og at det er eiendomsskatt på samtlige boliger i vår region. Tall på eiendomsskatt fra vår region har vi ikke lyktes med å finne. Gjennomsnittlig eiendomsskatt på en bolig på 120 kvadratmeter i Norge for årene 2014, 2013 og 2012 var henholdsvis kroner 3 308, 3 109 og 2 850.

På grunn av en endring i SSB sine statistikktabeller har vi ikke lyktes med å finne tall på kommunale avgifter for årene 2012 og 2013, hverken for Vestlandet samlet eller for Sogn og Fjordane. Dog har vi funnet gjennomsnittlig, årlig økning i de kommunale avgiftene for kommunene i Vest-Norge. Fra 2012 til 2013 økte avgiftene med 2,3 prosent i gjennomsnitt og fra 2013 til 2014 med 3,3 prosent (Statistisk Sentralbyrå, 2013), (Statistisk Sentralbyrå, 2014). Tall fra 2014 viser at de gjennomsnittlige årlige kommunale avgifter var på 9 953 kr per bolig i kommunene på Vestlandet (Statistisk Sentralbyrå, 2016). Vi forutsetter at avgiftene betales en gang per år. Gjennomsnittlig betaling per ansatt blir da:

Tall for 2014:  $9\,953 \text{ kr} / 2 = 4\,977 \text{ kr}$ .

Tall for 2013:  $9\,953 \text{ kr} / 1,023 = 9\,729 \text{ kr} / 2 = 4\,865 \text{ kr}$ .

Tall for 2012:  $9\,729 \text{ kr} / 1,033 = 9\,418 \text{ kr} / 2 = 4\,709 \text{ kr}$ .

År	Skatt på inntekt og formue til kommuner	Kommunale avgifter og eiendomsskatt	Sum
2014	2 304 500	365 000	2 669 500
2013	2 200 000	353 500	2 553 500
2012	2 068 000	337 400	2 405 400

*Tabell: 4.16: Sum skatter og avgifter betalt av de ansatte i Sogndal Fotball for årene 2012-2014.*

## Eierne

Sogndal Idrettslag Fotball eier 100 % av aksjene i Sogndal Fotball AS. Det er i årene 2012-2014 ikke utbetalt utbytte til eierne i noen av organisasjonene.

År	Utbetalt utbytte SIL	Utbetalt utbytte SF AS
2014	0	0
2013	0	0
2012	0	0

Tabell 4.17: Utbetalt utbytte i Sogndal Fotball AS og Sogndal Idrettslag Fotball for årene 2012-2014.

## Kort oppsummering

I 2014 betalte ansatte i Sogndal Fotball inn 2,67 millioner kroner i skatter og avgifter til kommunal sektor i regionen. Dette gir grunnlag for 0,71 årsverk i kommunal sektor<sup>10</sup> om en tar utgangspunkt i tidligere drøftinger rundt omsetning per årsverk for næringer i Norge. Det har i perioden ikke blitt utbetalt utbytte til eierne.

## 4.5 Ringvirkningsmultiplikatoren (Se kapittel 2.5 for detaljer)

Multiplikatoren presentert i teoridelen er laget for å passe til en nyetablert bedrift, mens vi i vår oppgave tar utgangspunkt i en allerede eksisterende bedrift. Derfor har vi måtte tilpasse den regionaløkonomiske modellen på et par områder i forhold til det som er redegjort for i teorien:

$$\Delta Y = \frac{1}{1 - (c - m)(1 - t)} * (\Delta C_o + \Delta I_o + \Delta G_o + \Delta X_o - \Delta M_o)$$

↓            ↓            ↓

$$\Delta Y = \frac{1}{1 - (c - m)(1 - t)} * (\Delta N + \Delta I * r)$$

I vår tilpassede modell har vi erstattet  $(\Delta C_o + \Delta I_o + \Delta G_o + \Delta X_o - \Delta M_o)$  med  $(\Delta N + \Delta I * r)$ . Hvor  $(\Delta N)$  er netto verdiskaping i Sogndal Fotball og  $(\Delta I * r)$  er varekostnadene til Sogndal

<sup>10</sup> Gjennomsnittstall lagt til grunn: Innbetaling fra ansatte i SF: 2 669 500 kr / gjennomsnittlig omsetning per årsverk: 3 782 523 kr = 0,71 årsverk.

Fotball multiplisert med den delen av vare- og tjenesteleveransene som kommer fra lokale leverandører i regionen (egendekningsandelen i vare- og tjenesteleveransene). Dette leddet representerer dermed summen av de direkte virkningene ( $\Delta N$ ) og de indirekte virkningene ( $\Delta I * r$ ). De induuerte virkningene fra begge disse kategoriene er representert ved den regionale multiplikatoren ( $k$ ).

Setter vi inn de verdiene som vi har beregnet i kapitlene ovenfor får vi:

$$Y = \frac{1}{1 - (0,90 - 0,623)(1 - 0,242)} * (36\,050\,000 + 22\,646\,000) = 74\,274\,000$$

Faktorer:<sup>11</sup>

(c) Den gjennomsnittlige konsumtilbøyeligheten i Norge er 90 % (Halvorsen, 2011).

(m) Egendekningsandelen på konsum i Sogn og Fjordane er 37,66 % som innebærer at 62,33 % blir importert (PANDA Fylkesprognose for Sogn og Fjordane).

(t) Gjennomsnittlig skatteprosent er 24,2 % i Norge (Melby, Sparby & Epland, 2005).

( $\Delta N$ ) Netto verdiskaping i Sogndal Fotball var 36 050 000 kr i 2014.

( $\Delta I$ ) Vare og tjenestekostnad i Sogndal Fotball var 48 923 000 kr i 2014.

( $r$ ) Av varekostnadene til Sogndal Fotball gikk 46,29 % til leverandører i vår region (egendekningsandelen i vare- og tjenesteleveransene).

Dette gir en total ringvirkning på kroner 74 274 000 kroner. Denne totale virkningen består av de direkte, indirekte og de induuerte virkningene. Vår regionale multiplikatoren ( $k$ ) er lik 1,2654.

#### 4.6 Katalytiske virkninger

De katalytiske virkningene kan deles i tre kategorier; brukernytte, økonomiske ringvirkninger og miljø- og sosiale virkninger. Virkninger i form av økt brukernytte kan måles gjennom konsumentoverskudd hos innbyggerne i regionen. Konsumentoverskudd defineres som differansen mellom betalingsvillighet for et gode og prisen på godet. Det kan tenkes at flere innbyggere får økt konsumentoverskudd som følge av Sogndal Fotballs plassering i Sogndal, da innbyggerne anser Sogndal som mer attraktivt. Hvis en forutsetter at prisen å klippe seg hos frisøren er lik i Sogndal og på Kaupanger kan man anta at betalingsvilligheten for å klippe

---

<sup>11</sup> Se eget avsnitt i referansene.

seg hos en frisør er høyere i Sogndal enn i Kaupanger, da en anser Sogndal som et mer attraktivt sted å klippe seg. Kartlegging av innbyggernes konsumentoverskudd er svært vanskelig og det er knyttet stor usikkerhet rundt slike funn.

Økonomiske ringvirkninger innenfor de katalytiske virkningene innebærer at Sogndal Fotballs plassering av lokaler også påvirker andre virksomheters lokaliseringsvalg. Dette gjelder også etablering av boliger i kommunen og regionen. I Sogndal Fotballs tilfelle har flere bedrifter etablert seg som følge av utbyggingen av Fosshaugane Campus, på grunn av den økte tilgangen på kontorlokaler som dette anlegget gir rom for. Per dags dato leier totalt 30 ulike bedrifter, institusjoner og organisasjoner lokaler på Fosshaugane Campus, deriblant Høgskulen i Sogn og Fjordane, SISOF, NRK og Vestlandsforskning (Mundal, 2016). Økt etterspørsel etter boliger og tomter øker prisene som utelukkende er en positiv virkning for alle som eier eiendom og bolig i nærheten. Det er også her knyttet stor usikkerhet rundt anslag på denne verdiøkningen og det er flere faktorer som er med på å påvirke eiendommens og boligens verdi.

Miljø- og sosiale virkninger kan også være av både positiv og negativ karakter. Eksempler kan være alt fra inngrep i naturen, støy og forurensning. Det kan tenkes at noen av innbyggerne i Sogndal synes det er negativt at Sogndal Fotball holder til i bygda. At fotballstadion skygger for utsikt, fører til støy og økt forsøpling som følge av supportere på hjemmekamper. Eiendommen har utelukkende en alternativ utnyttelse som eksempelvis kunne vært benyttet til boliger, lokale for andre bedrifter, parker m.m. Mer positive effekter kan være sosiale virkninger som følge av underholdningsverdi for innbyggerne som kan se tippeligafotball på stadion og innbyggere som får økt tilgang til fotballbaner.

### **Virkninger som ikke er hensyntatt i modellen**

Det er også flere forhold rundt Sogndal Fotball som kan være med på å gi en høyere ringvirkningsmultiplikator, men som vi ikke har tatt hensyn til i den regionaløkonomiske modellen. I det følgende har vi tatt for oss noen av disse forholdene.

### **Sponsor**

Sogndal Fotball får i året 17,3 millioner kroner i sponsormidler fra næringslivet, der det lokale næringslivet bidrar mest, forteller Mundal. Det spesielle med generalsponsoravtalene i Sogndal Fotball er at de store og viktige sponsorene sponser med samme beløpet, uavhengig



av om laget spiller i OBOS-ligaen eller i Tippeligaen. Dette gir klubben klare rammer for hva de kan forvente seg av sponsormidler, framover uavhengig av de sportslige prestasjonene. De største bidragsyterne av sponsormidlene er generalsponsorene Sparebanken Vest, Lerum og Sognekraft. Lerum er den eldste sponsoren, og samarbeidskontrakten ble signert i 1981. Siden det har Lerum vært med på å bygge klubben opp på det nivået den er i dag, og har det lengste sponsorsamarbeidet i norsk fotball på 35 år (1981-2016) (Husabø, 2013, s.82). Sammen har de bygd opp et merkevarenavn som blir kalt for “Saftbygda”, som ifølge Trine Lerum, administrerende direktør i Lerum, ble startet av Davy Wathne i 2002. Dette bekreftes også av Erlend Husabø (Husabø, 2013, s.77). Lerum har innlemmet begrepet i sin visjon, «Vi skal dele smaken av Saftbygda med heile verda», forteller Trine Lerum, noe som viser de tette båndene mellom fotballen og Lerum. De viktigste delene i samarbeidet for Lerum, er gjennom omdømmebygging og profilering gjennom logo eksponering på TV i forbindelse med fotballkamper.

Sognekraft tegnet i 2011 en ny avtale med Sogndal Fotball som gjorde de til en av de tre generalsponsorene i klubben. For Sognekraft er det ifølge markedsansvarlig Trude Underbakke viktig med lokal tilhørighet. Underbakke forklarer sponsoravtalen med at de har et stort ønske om å gi noe tilbake til lokalsamfunnet og bli eksponert i forbindelse med Sogndal Fotball. De har valgt en toppsatsing på sponing av Sogndal Fotball fordi de har et felles verdigrunnlag. «Vi er lokalt forankret, vi jobber lokalt og vi jobber med utvikling», avslutter hun med. Sognekraft har primært sine kunder i nærområdet og eksponering gjennom TV har ikke så stor verdi for deres bedrift.

Sparebanken Vest begynte sitt samarbeid i 2007 med Sogndal Fotball da de gikk inn som den største av sponsorene, avtalen med Sparebanken Vest ble i 2013 fornyet, og gjelder fram til 2017. Sparebanken Vest la spesielt vekt på at Sogndal Fotball er viktig fordi mange sogninger er stolte av fotballaget og at de syntes det er viktig at en lokal bank støtter lokale idrettslag, og at Sogndal er viktig i regionen, forteller Tore Dvergsdal, avdelingssjef i Sogn og Fjordane.

### **Tilreisende til hjemmekamp**

Når Sogndal Fotball spiller kamper fører dette til at supportere følger laget sitt til Sogndal for å se på kampen. Dette kan spille en rolle på ringvirkningene av Sogndal Fotball for lokalsamfunnet rundt, i den forstand at fotballklubben trekker til seg supportere, journalister og lignende som kommer utenfra regionen. Disse tilreisende vil bruke penger i regionen som ellers ville bli brukt andre steder. I Innovasjon Norges turistundersøkelse fra 2013 anslår de at

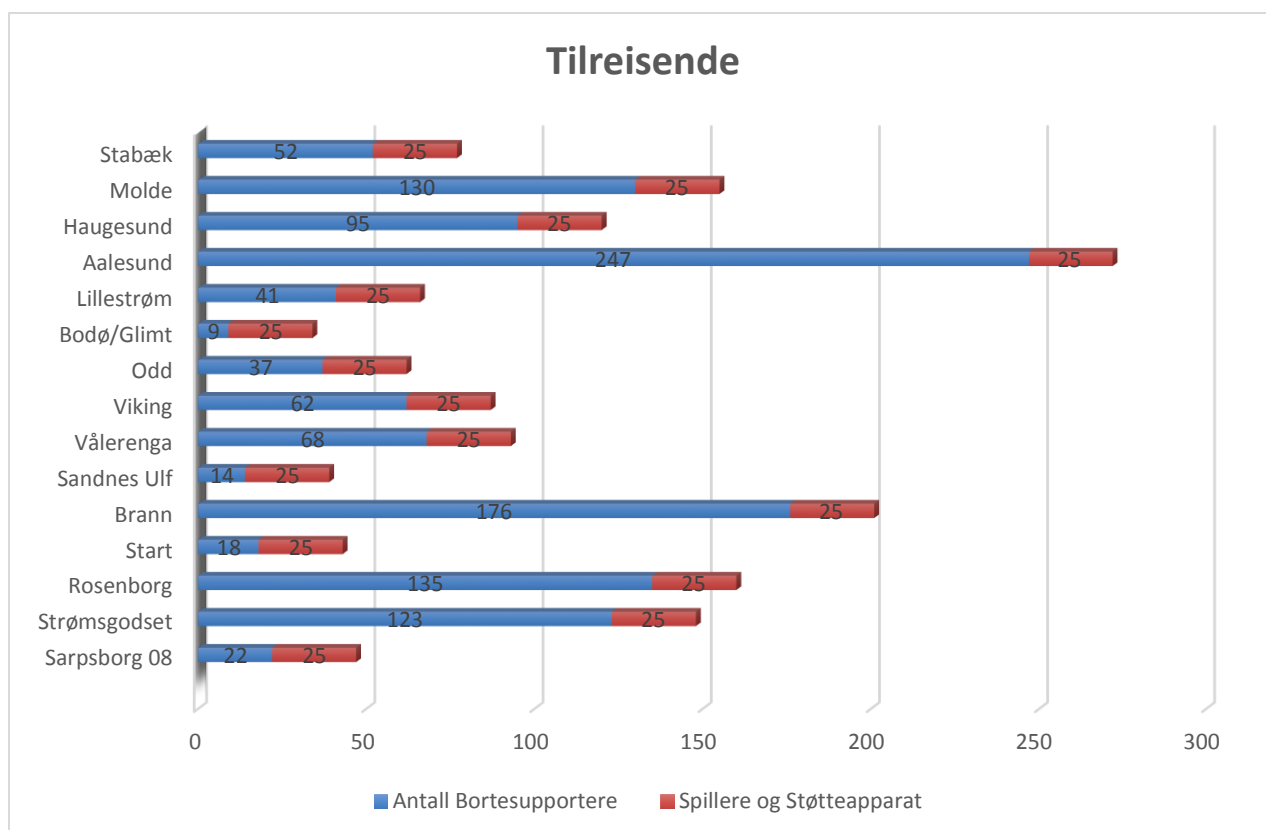
en nordmann som er på tur i Norge bruker 1 175 kr pr. døgn de er borte (Innovasjon Norge, 2013, s.27). I disse kostnadene vil ikke billettpris til arrangør bli tatt med siden dette er inntekter vi vil se når vi gjennomfører en gjennomgang av klubbens inntekter og utgifter. På denne måten sørger vi får at en inntekt ikke blir telt dobbelt og på den måten overvurderer verdiskapingen av Sogndal Fotball. I 2014 hadde Sogndal 1 229 tilreisende bortesupportere til sine 15 hjemmekamper (Osdal, 2014). Med disse tallene som utgangspunkt ville dette medført 1 425 000 kroner i inntekter for virksomheter i regionen bare fra de tilreisende bortesupportere til Sogndal sine hjemmekamper.

I tillegg til bortesupportere kommer også motstanderlaget til bygden for å spille kamp. Disse lagene kommer vanligvis dagen før kamp for å kunne trene og lade opp før kampen. Et Tippeligaalag har et stort støtteapparat i tillegg til spillere, lagene reiser til bortekampene med ca. 25 mann, forteller Egil Mundal, som også genererer verdi for lokalsamfunnet. Gjennom en hel sesong vil dette innebære at 375 personer<sup>12</sup>, spillere og støtteapparat inkludert, kommer til Sogndal i forbindelse med deres bortekamp. Disse bidrar med inntekter på kroner 435 000<sup>13</sup> til virksomheter i regionen. Det vil si at tilsammen betyr de tilreisende supporterne, spillerne og støtteapparat i underkant av 2 millioner kroner i inntekter for de regionale virksomhetene i regionen, om en forutsetter at alt forbruk skjer hos lokale virksomheter i vår region. Sogndal spiller også bortekamper, og har med egne tilskuere og støtteapparat på lik linje med de andre lagene. Dette fører til kapitalflukt fra regionen, og betyr at verdiskapingen er vanskelig å fastslå, fordi de også ville brukt pengene sine her om de ikke hadde reist på bortekamp. Det er også viktig å bemerke seg at de som er tilreisende gjerne vil bruke penger på andre varer og tjenester enn en de som er bosatt i regionen. Eksempelvis er tilreisningen ved Sogndals hjemmekamper positiv for hotellbransjen, men tilsvarende negativ for varehandelsbransjen ved Sogndals bortekamper.

---

<sup>12</sup> 25 personer\*15 hjemmekamper

<sup>13</sup> 375 personer \* 1 175 kr



Figur 4.5: Tilreisende tilskuere og støtteapparat hjemmekamper (Osdal, 2014).

I tillegg til de supporterne og personer som er direkte tilknyttet laget, kommer det også media til Fosshaugane Campus ved hver hjemmekamp. I samtale med Egil Mundal sier han at det til hver hjemmekamp kommer ca. 25 journalister og at 13 (50 %) av dem overnatter i Sogndal. Disse gjestene bidrar også til verdiskaping for lokalsamfunnet og siden disse personene ikke er lokale vil det ikke være noe man må trekke fra når man skal regne nettoverdiskaping. Personer som er i Sogndal i forbindelse med en jobb har ifølge Innovasjon Norge et anslått døgnforbruk på kr 3 050 hos de som overnatter (Innovasjon Norge, 2013, s.27). Gjennom en sesong spiller Sogndal 15 hjemmekamper som betyr at totalt ca. 200 journalister overnatter i Sogndal gjennom en hel sesong. Dette betyr en total inntekt for regionale virksomheter fra journalistene på 610 000 kr pr. sesong.

## Kort oppsummering

Verdiskaping	Beløp (kr)	Årsverk
Direkte	36 050 000	55
Indirekte	22 646 000	35
Induserte	15 578 000	24
Totalt	74 274 000	114

Tabell 4.18: Verdiskaping og virkning oppgitt i kroner og årsverk.

Sogndal Fotball sin daglige drift bidro i 2014 med en verdiskaping på kr 36 050 000 i regionen. Denne verdiskapingen er selve bærebjelken for ringvirkningene og opprettholder de 55 årsverkene som er ansatt i Sogndal Fotball. Gjennom handel av varer og tjenester hos leverandører i regionen skaper de en indirekte verdiskaping på kr 22 646 000, dette er verdiskapingen i hele verdikjeden og opprettholder totalt 35 årsverk. Til sammen legger disse to typene verdiskaping grunnlaget for at de ansatte hos Sogndal Fotball og leverandørbedriftene mottar penger, som de igjen bruker på konsum (de induserte virkningene). De induserte virkningene regnes ut ved hjelp av den direkte og indirekte verdiskapingen multiplisert med ringvirkningsmultiplikatoren vår på 1,2654. Dette utgjør en sum på kr 15 578 000 og opprettholder 24 årsverk i regionen. Den totale verdiskapingen grunnet Sogndal Fotball blir da kr 74 274 000, noe som tilsier at totalt 114 årsverk opprettholdes av Sogndal Fotball. Hvis vi ser på de indirekte og induserte virkningene i forhold til den direkte verdiskapingen får vi en multiplikator på 2,06  $((35+24) / 55)$ . For å sette multiplikatoren i et litt annet perspektiv, så betyr den at hvis en bedrift har 100 ansatte opprettholder den 106 hos andre virksomheter og 206 totalt.

I tillegg finnes det katalytiske virkninger som vi ikke har sett på i denne analysen. Vi ser for oss at Sogndal Fotball kan ha lagt grunnlaget for blant annet helsegevinster i regionen grunnet fokus på fysisk aktivitet, det intellektuelle miljøet på Fosshaugane Campus og oppmerksomhet rundt Sogndal som bygd og region.

#### 4.7 Drøfting

Denne oppgaven har som mål å gi leseren innblikk i Sogndal Fotballs betydning for regionen, samt vise hvordan en utfører en regional ringvirkningsanalyse med utgangspunkt i en allerede eksisterende virksomhet. Formålet med analysen har vært å identifiserte den direkte verdiskapingen fra Sogndal Fotball, og det grunnlaget klubben legger for verdiskaping hos leverandører, underleverandører og i det regionale næringslivet forøvrig. Vi har også hatt som formål å kunne sammenligne våre funn med de funn Oslo Economics har beskrevet i publikasjonen «Toppfotballens samfunnsregnskap» som de utarbeidet for Norges Fotballforbund (NFF) i 2013.

Våre analyser viser at i 2014 hadde Sogndal Fotball en estimert ringvirkningsmultiplikator for regionen på 2.06, noe som betyr at de opprettholder ca. 59 årsverk i regionen, i tillegg til de som er ansatt i fotballklubben. «Toppfotballens samfunnsregnskap» viser til en ringvirkningsmultiplikator på mellom 1,4 og 1,5 som en normal verdi for en virksomhet i Norge. Med dette utgangspunktet ville Sogndal Fotball opprettholdt mellom 22 og 28 årsverk i tillegg til de som er ansatt i fotballklubben. Våre beregninger viser dermed at Sogndal Fotball har større ringvirkninger for regionen enn de Oslo Economics har lagt til grunn i sitt samfunnsregnskap for norsk toppfotball.

Det er flere forhold som skiller våre funn fra Oslo Economics sine. For det første har de hatt som formål å lage et samfunnsregnskap for hele toppfotballen, og har derfor kartlagt en rekke faktorer som vi ikke har sett på i vår oppgave, deriblant verdien av frivillig arbeid, omtale i media, folkehelsegevinster, m.m. For det andre baserer de sin multiplikator på tall fra olje- og reiselivsbransjen<sup>14</sup>, de har med andre ord brukt andre bransjer som grunnlag for sin multiplikator. Vi stiller oss skeptiske til om disse bransjene er direkte sammenlignbare ved kartlegging av ringvirkninger på grunn av de store forskjellene i bransjenes samlede bruk av produktinnsats, produktinnsatsens sammensetning og ikke minst størrelsen på den andelen som er produsert av lokale leverandører og underleverandører. Oljenæringen har for eksempel en betydelig import av utstyr og produktinnsatsen i denne bransjen er betydelig større sammenlignet med bruttoproduksjonen enn det som er tilfellet hos Sogndal Fotball.

For det tredje har de lagt andre forutsetninger til grunn i sitt arbeid, og dette fører til forskjeller i utregningen av verdiskaping. De har i sin analyse tatt hensyn til de indirekte

---

<sup>14</sup> Opplysning fra Oslo Economics i e-post til oss.

virkningene og de induuerte virkningene av de direkte virkningene (resultatet av de ansatte i Sogndal Fotball sin etterspørsel etter varer og tjenester i regionen). Vi har i vår analyse tatt for oss de indirekte virkningene, og de induuerte virkningene av både de direkte og indirekte virkningene (resultatet av ansatte i regionale leverandørbedrifters etterspørsel etter varer og tjenester i regionen). Dette betyr naturligvis at vi vil få en høyere multiplikator, fordi vi også har inkludert de induuerte av de indirekte virkningene. Skal vi sammenligne vårt resultat med Oslo Economics sitt resultat må vi tilpasse våre funn til deres, og vi vil da få dette resultatet:

Type virkning	Verdiskaping	Årsverk	Verdiskaping pr. pers. i SF
Direkte virkninger	36 050 000	55	655 455
Indirekte virkninger	22 646 000	35	655 455
Induserte av direkte	9 568 000	15	655 455
Sum	68 264 000	105	655 455

*Tabell 4.19: Verdiskaping og virkninger i kroner og årsverk, tilpasset Oslo Economics.*

Vi vil da få en multiplikator på 1,89  $((22\,646\,000 + 9\,568\,000) / 36\,050\,000)$  som kan sammenlignes med deres ringvirkningsmultiplikator på 1,4 – 1,5.

Vi har valgt å ta med de induuerte av de indirekte virkningene fordi vi ønsket å komme frem til et så korrekt bilde av Sogndal Fotballs regionale ringvirkninger som mulig. Vi har hatt muligheten til å gå litt mer i dybden på selve klubben fordi vi bare har tatt for oss én i motsetning til Oslo Economics som har tatt for seg alle klubbene i norsk toppfotball. Dette har gitt oss muligheten til å inkludere verdiskapingen av de indirekte virkningene i flere ledd. Dette har vi gjort ved å forutsette at den regionale egenandelen i vare- og tjenesteleveransene bakover i underleverandørleddene er den samme som for sisteleddet i kjeden. Det vil si at vi forutsetter at alle leddene bakover i leverandørkjeden også handler 46,3% av sine varer og tjenester i regionen.

En annen grunn til at vi har funnet en høyere verdiskaping er plasseringen av Sogndal Fotball. Den tilhører en region som er mindre og mer isolert enn mange av de andre regionene som fotballklubbene i samfunnsregnskapet tilhører. Dette betyr at Sogndal Fotball gjerne er mer avhengig av lokale leverandører enn for eksempel Vålerenga, som på grunn av plassering og infrastruktur i Oslo-området, lettere kan handle hos leverandører utenfor egen region.

De katalytiske virkningene har vi kun nevnt og disse er ikke tallfestet i denne oppgaven. Slike virkninger er svært vanskelige å fastslå og det er knyttet stor usikkerhet til dem. Analysen vår tar naturlig nok ikke for seg alle tenkelige forhold som betyr eller kan tenkes å bety noe for regionen. Hvordan ville regionen sett ut dersom Sogndal Fotball hadde vært en 5.

divisjonsklubb, og ikke en Tippeligaklubb. Ville det bodd færre i regionen? Hadde det vært færre arbeidsplasser i regionen? Hvordan ville Høgskulen i Sogn og Fjordane vært uten samarbeidet med Sogndal Fotball? Slike spørsmål blir mer hypotetiske enn reelle. Det eneste en eventuelt kan konkludere med, er at de positive virkningene er større enn de negative, selv om de er svært vanskelig å kartlegge. Hvilken region ville vel ikke hatt en Tippeligaklubb?

Vår oppgave tar ikke hensyn til en alternativ utnyttelse av at arbeidskraften, realkapitalen og produktinnsatsen som benyttes i driften av Sogndal Fotball. Det er lite tenkelig at de ansatte i Sogndal Fotball og hos leverandørene som Sogndal Fotball skaper grunnlag for ville gått arbeidsledige uten Sogndal Fotballs eksistens. Mange av arbeidstakerne ville mest sannsynlig hatt jobb i andre virksomheter i privat og offentlig sektor både i og utenfor regionen. Om Fosshaugane Campus aldri hadde blitt bygget ville det kanskje vært et annet bygg i nærheten der mange av de bedriftene som i dag er lokalisert på Campus ville holdt til, eksempelvis HiSF, NRK, SISOF, og Sogn og Fjordane fotballkrets. Campus har gitt mulighet for et høyt kompetansenivå og skapt en stor samling av ulike virksomheter, som har skapt muligheten for nyetableringer, da miljøet på Campus anses som attraktivt. Uten dette miljøet ville sannsynligheten for at disse bedriftene etablerte seg vært mindre.

#### **4.8 Konklusjon**

Sogndal Fotball bidrar med en total verdiskaping på kr 74 274 000 i regionen og opprettholder med dette 114 årsverk. Dette gir en multiplikator på 2,06, som betyr at de opprettholder flere årsverk (59 årsverk) utenfor Sogndal Fotball enn det er sysselsatte årsverk i fotballklubben.

Dette er en relativ høy multiplikator som vi tror kan skyldes tre forhold:

1. Sogndal Fotball driver ikke med overskudd, og betaler derfor ikke ut utbytte til eierne av klubben. Dette medføre at en større andel av verdiskapingen tilfaller de ansatte som mottar lønn, fremfor kapitaleiere som mottar utbytte på sine aksjer. De induserte virkningene blir da en høyere prosentandel av de direkte virkningene fordi de ansatte får mer penger til konsum, og derfor høyere etterspørsel etter varer og tjenester.
2. Vare- og tjenestekostnadene utgjør en høy andel av driftsinntektene, det betyr at de indirekte virkningene blir en stor prosentandel av de direkte virkningene.

3. Sogndal Fotball har en høy egendekningsandel både når det gjelder produktinnsatsen og når det gjelder de induerte virkningene.

Av de samlede ringvirkningene for regionen på 59 årsverk, utgjør de indirekte virkningene av Sogndal Fotball 35 årsverk. Vi har klart å kartlegge 9 årsverk på næringsgruppene til leverandørene i første leddet, og de resterende 26 årsverkene vil ligge et sted lenger bak i verdikjeden. De induerte virkningene av Sogndal Fotball opprettholder 24 årsverk gjennom den konsumterspørselen som lønns- og eierinntektene i Sogndal Fotball og i leverandørbedriftene skaper.

### **Svakhet ved vår oppgave og videre forskning**

Vi lyktes ikke med å finne tall på egendekningsandelen for konsum i vår region, Indre Sogn og Vik kommune. Av den grunn har vi brukt tall på egendekningsandelen for konsum i Sogn og Fjordane hentet fra PANDA. En mer nøyaktig kartlegging av egendekningsandelen i vår region ville styrket oppgaven vår. Ingen av de tre byene i Sogn og Fjordane (Måløy, Førde, Florø) ligger i vår region og avviket fra vår region sammenlignet med Sogn og Fjordane hadde vært interessant å kartlegge for å kunne gi en mer nøyaktig ringvirkningsanalyse. Vi har også benyttet oss av et veid gjennomsnitt av næringene detaljhandel og agentur - /engroshandel i utregningen av egendekningsandelen, ikke alle næringene i PANDA sin oversikt. Videre kartlegging av hvor leverandørene og underleverandørene til Sogndal Fotball kjøper sine varer og tjenester fra ville styrket oppgaven vår. Dette ville vært et svært tidkrevende arbeid og en er da også avhengig av å få tilgang til leverandørlistene fra de ulike virksomhetene, fordi dette ikke er offentlig tilgjengelig informasjon. En kartlegging av konsumtilbøyeligheten til innbyggerne i regionen vår ville også vært med å styrke oppgaven. I vår multiplikator har vi brukt nasjonale tall fra Statistisk Sentralbyrå. Det er knyttet større usikkerhet til norsk økonomis framtid som følge av lavere oljepris, økt arbeidsledighet, svak norsk krone og lave renter. En kartlegging av hvordan dette påvirker investeringslysten og spareraten ville vært interessant. Dette har blant annet stor effekt på de induerte virkningene.



## Referanser:

- ❖ Armstrong H. & Taylor J. (2000) *Regional economics and policy*. Oxford: Blackwell Publishing.
- ❖ Cooper, A. & Smith, P. (2005). *The Economic Catalytic Effects of Air Transport in Europe*. Eurocontrol – Experimental Centre, Oxford. Hentet fra: [https://www.eurocontrol.int/eec/gallery/content/public/document/eec/report/2005/025\\_Economic\\_Catalytic\\_Effects\\_of\\_Air\\_Transport\\_Europe%20.pdf](https://www.eurocontrol.int/eec/gallery/content/public/document/eec/report/2005/025_Economic_Catalytic_Effects_of_Air_Transport_Europe%20.pdf)
- ❖ Dahl, R. & Idsø, J. (2015). *Ringvirkningsanalyse av oppdrettsnæringa i Sogn og Fjordane*. Rapport: 1/14, versjon 2. Hentet fra: [http://img4.custompublish.com/getfile.php/2958398.2344.uxwerfxfxe/Ringvirkning\\_oppdrett.pdf?return=sfjfk.custompublish.com](http://img4.custompublish.com/getfile.php/2958398.2344.uxwerfxfxe/Ringvirkning_oppdrett.pdf?return=sfjfk.custompublish.com)
- ❖ Eckblad, B. & Husby, M. (2015, 10.12) *Discovery kjøper Tippeligaen for 2.4 mrd. Dagens Næringsliv*. Hentet fra: <http://www.dn.no/etterBors/2015/12/10/1156/Tippeligaen/discovery-kjper-tippeligaen-for-24-milliarder>
- ❖ Halvorsen, E. (2011). *Norske husholdningers sparing*. Hentet fra: [https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/oa\\_201103/halvorsen.pdf](https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/oa_201103/halvorsen.pdf)
- ❖ Husabø, E. (2013). *Supporterserien 2013: Sogndal*. Ukjent: Falck Forlag
- ❖ Idsø J. (2015). «Verdiskaping». *Store Norske Leksikon*. Hentet fra: <https://snl.no/verdiskaping>
- ❖ Innovasjon Norge. (2013). *Turistundersøkelsen*. Oslo: Innovasjon Norge/Epionion. Hentet fra: <http://www.innovasjon norge.no/Global/Reiseliv/Turistunders%C3%B8kelsen%20sommeren%202013%20-%20Rapport%20-%202412014.pdf>
- ❖ Kjærland F., Mathisen T. & Solvoll G. (2012) *Verdsetting av ringvirkninger*. Publisert 2/2012. s.51-60. Hentet fra: <https://www.magma.no/verdsetting-av-ringvirkninger>
- ❖ Melby, I. Sparby, G & Epland, J. (2005). *Hvor mye inntektsskatt betaler vi?* Hentet fra: <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/artikler-og-publikasjoner/hvor-mye-inntektsskatt-betaler-vi>
- ❖ Nilsen, A., T. (2009, 20.05). Konkurrspøkelset truer igjen. *NRK*. Hentet fra: <http://www.nrk.no/sorlandet/kommunen-ma-kjope-sor-arena-1.6617770>

- ❖ Norges Fotballforbund (2014) Årsrapport. Oslo: NFF. Hentet fra:  
<http://www.joomag.com/magazine/nff-nff-arsrapport-2014/0991451001453473933?short>
- ❖ Norges Fotballforbund (2015) Årsrapport. Oslo: NFF. Hentet fra:  
<http://www.joomag.com/magazine/nff-nff-%C3%85rsrapport-2015/0871095001455284225?short>
- ❖ Osdal, Alexander (2014, 20.Nov). *Antall bortesupportere i Tippeligaen 2014*. Hentet fra: [http://brannbloggen.bergen360.no/-/bulletin/show/845051\\_antall-bortesupportere-i-tippeligaen-2014?ref=checkpoint](http://brannbloggen.bergen360.no/-/bulletin/show/845051_antall-bortesupportere-i-tippeligaen-2014?ref=checkpoint)
- ❖ Phil, Roger. (2012) Sponsing, *Store Norske Leksikon*. Hentet fra:  
<https://snl.no/sponsing>
- ❖ Proff (2016) Proff. Hentet fra <http://www.proff.no/>
- ❖ Proff (2015). *Sogndal Fotball AS*. Hentet fra: <http://www.proff.no/selskap/sogndal-fotball-as/sogndal/eiendomshandel-og-utleie/Z0I5C19E/>
- ❖ Proff (2015). *Sogndal Idrettslag Fotball*. Hentet fra:  
<http://www.proff.no/selskap/sogndal-idrettslag-fotball/sogndal/foreninger-og-forbund-%C3%B8vrige/Z0IJQSZ8/>
- ❖ Purehelp. (2015). *Sogndal Fotball AS. Resultatregnskap*. Hentet fra:  
<http://www.purehelp.no/company/account/sogndalfotballas/936941001>
- ❖ Purehelp. (2015). *Sogndal Idrettslag Fotball*. Hentet fra:  
<http://www.purehelp.no/company/account/sogndalidrettslagfotball/980973689>
- ❖ Regjeringen. (2014). *Retningslinjer for fylkesmannens samordning av statlig styring av kommunesektoren*. Hentet fra:  
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/Retningslinjer-for-fylkesmannens-samordning-av-statlig-styring-av-kommunesektoren/id2008839/>
- ❖ Regjeringen. (2015.) *Inntektssystemet for kommuner og fylkeskommuner*. Hentet fra:  
<https://www.regjeringen.no/no/tema/kommuner-og-regioner/kommuneokonomi/inntektssystemet-for-kommuner-og-fylkeskommuner1/id2353961/>
- ❖ Regnskapsloven. (1999). Lov om årsregnskap mv. Hentet fra:  
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56>
- ❖ Røine N. (2013). *Toppfotballens samfunnsregnskap*. Oslo

- ❖ Skatteetaten. (2015). *Arbeidsgiveravgift*. Hentet fra:  
<http://www.skatteetaten.no/no/Bedrift-og-organisasjon/Drive-bedrift/Arbeidsgiver/Arbeidsgiveravgift/>
- ❖ Skatteetaten. (2015). *Arbeidsgiveravgift – soneinndeling*. Hentet fra:  
<http://www.skatteetaten.no/no/Tabeller-og-satser/Arbeidsgiveravgift---soneinndeling/?ssy=2014#formulaDiv>
- ❖ Skatteetaten. (2015). *Arbeidsgiveravgift. Sats*. Hentet fra:  
<http://www.skatteetaten.no/no/Tabeller-og-satser/Arbeidsgiveravgift/>
- ❖ Skatteloven. (2000). *Lov om skatt av formue og inntekt*. Hentet fra:  
[https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1999-03-26-14/\\*#\\*](https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1999-03-26-14/*#*)
- ❖ Skaug M. & Aagenæs J. (2016). Ringvirkning. *Ordnett*. Hentet fra:  
<https://www.ordnett.no/search?drillPub=13&search=ringvirkning&lang=en&searchmodes=1>.
- ❖ Sponsor Insight. (2015). *Sponsormarkedet 2015/2016 og fotballens sponsorfremtid*. Hentet: 24.04.16 Hentet fra:  
<http://www.sponsorinsight.no/nyhetsbrev2/sponsormarkedet-20152016-og-fotballens-sponsorfremtid>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2000) *Avtalte årsverk*. Hentet fra:  
<http://www.ssb.no/a/metadata/conceptvariable/vardok/2732/nb>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2013). *Kommunale gebyrer, 2013, januar. Kommunale gebyrer knyttet til bolig. Endring i prosent fra 2012 til 2013. Vektete tall. Vest-Norge*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/statistikker/kommgeb/aar/2013-08-02>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2014). *Gjennomsnittlige arbeidskraftkostnader per årsverk*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/arbkost/hvert-4-aar/2014-10-14?fane=tabell&sort=nummer&tabell=200975>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2014). *Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe og landsdel*. Hentet fra:  
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=UtgHusLands&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=inntekt-og-forbruk&KortNavnWeb=fbu&StatVariant=&checked=true>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2014). *Gjennomsnittlige arbeidskraftkostnader per årsverk, etter næring*. Hentet fra:  
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId>

=&MainTable=GjArbKraftKost02&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=arbeid-og-lonn&KortNavnWeb=arbkost&StatVariant=&checked=true

- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2014). *Kommunale gebyrer knyttet til bolig. Endring i prosent fra 2013 til 2014. Vektete tall. Vest-Norge*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/statistikker/kommgeb/aar/2014-07-02>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2015). *Antall virksomheter etter størrelse*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/bedrifter/aar/2015-01-23>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2015). *Eiendomsskatt 2015. Gjennomsnittlig eiendomsskatt på en enebolig på 120 kvadratmeter (kr)*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/offentlig-sektor/statistikker/eiendomsskatt/aar/2015-06-19?fane=tabell&sort=nummer&tabell=231355>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2015). *Eiendomsskatt. Omfang, bruk og inntekter*. Hentet: 06.05.2016. Hentet fra: <https://www.ssb.no/offentlig-sektor/statistikker/eiendomsskatt/aar/2015-06-19>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2015). *Omsetning, etter detaljert næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?SubjectCode=al&ProductId=al&MainTable=InnovOmsDetalj&SubTable=1&PLanguage=0&Qid=0&nvl=True&mt=1&pm=&gruppe1=Hele&aggreg1=&VS1=NACE2007innov03&CMSSubjectArea=&KortNavnWeb=innov&StatVariant=&TabStrip=Select&checked=true>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2015). *Skattestatistikk for personer. Gjennomsnitt for bosatte personer 17 år og eldre med beløp (kr). År 2012, 2013 og 2014*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=OversiktSkatt3&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=inntekt-og-forbruk&KortNavnWeb=selvangivelse&StatVariant=&checked=true>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2015). *Sysselsatte 15-74 år, etter arbeidsstedsfylke. Person og prosent*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/regsys/aar/2015-06-12>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2015). *Sysselsatte per 4. kvartal, etter bosted, arbeidssted, kjønn og næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=SysselNaringKjonn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=arbeid-og-lonn&KortNavnWeb=regsys&StatVariant=&checked=true>

- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Familie og husholdninger*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/familie>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Folkemengd 1. januar. Heile landet, fylke og kommunar*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar-per-1-januar/2016-02-19?fane=tabell&sort=nummer&tabell=256001>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Informasjon og kommunikasjon, strukturstatistikk. Næring 58-63, endelige tall*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/statistikker/stinfokom>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Kommunale gebyrer. Kommunale gebyrer knyttet til bolig etter tjenesteområde og landsdel. Veid gjennomsnitt*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=KomGebBolig&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=bygg-bolig-og-eiendom&KortNavnWeb=kommgeb&StatVariant=&checked=true>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Næringslivstjeneste. Hovedtall, etter sysselsettingsgruppe og næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/stefu/aar/2016-04-21?fane=tabell&sort=nummer&tabell=262699>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Omsetning i olje og gass, industri, bergverk og kraftforsyning*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/energi-og-industri/statistikker/ogibkoms/maaned/2016-04-07?fane=tabell&sort=nummer&tabell=262080>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Overnattings- og serveringsvirksomhet, økonomiske strukturer*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/sthotell/aar-endelige/2016-04-25>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Produksjon og inntekt, etter næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=NRProduksjonInnt&KortNavnWeb=nr&PLanguage=0&checked=true>
- ❖ Statistisk sentralbyrå. (2016). *Standard for næringsgruppering*. Hentet fra: <http://stabas.ssb.no/ItemsFrames.asp?ID=8118001&Language=nb>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Strukturstatistikk for annen tjenesteyting, næring 95-96*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/stjenester/aar/2016-04-21>

- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Strukturstatistikk for industri og bergverksdrift*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/energi-og-industri/statistikker/sti/>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Strukturstatistikk for bygge- og anleggsvirksomhet, næring 41-43*. Endelige tall. Hentet fra: <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/statistikker/stbygganl>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Strukturstatistikk for transport og lagring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/stranslag>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Strukturstatistikk for varehandel*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/stvareh/aar>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Sysselsatte 15-74 år, etter kjønn, avtalt/vanlig arbeidstid pr. uke og næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/regsys/aar/2015-06-12?fane=tabell&sort=nummer&tabell=229550>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Sysselsatte i kommunal sektor, 2015, førebels tal, 4. kvartal*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/komregsys/aar-forelopige/2016-03-23?fane=tabell&sort=nummer&tabell=261026>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Sysselsatte per 4. kvartal, etter bosted, arbeidssted, kjønn og næring*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=SysselNaringKjonn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=arbeid-og-lonn&KortNavnWeb=regsys&StatVariant=&checked=true>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå. (2016). *Årlig nasjonalregnskap, 2015. Bruttonasjonalprodukt, markedsverdi. Tall fra 2014*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/nr/aar/2016-02-16?fane=tabell&sort=nummer&tabell=256101>
- ❖ Statistisk Sentralbyrå (2016). *Årlig Nasjonalregnskap*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=NRProduksjonInnt&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=nasjonalregnskap-og-konjunkturer&KortNavnWeb=nr&StatVariant=&checked=true>
- ❖ Steigum E. (2004) *Moderne makroøkonomi*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- ❖ Stortingsvedtak 05.12.2013 nr. 1499 om skatt av inntekt og formue mv. for inntektsåret 2014 (Stortingets skattevedtak).

- ❖ Strand, Sverre. (2002). *Økonomiske og Geografiske virkninger av Gardermoen*. (TØI rapport 557/2002). Hentet fra:  
<https://www.toi.no/getfile.php/Publikasjoner/T%C3%98I%20rapporter/2002/557-2002/sammendrag.pdf>
- ❖ Veidekke. (2016). *Fosshaugane Campus Sogndal*. Hentet fra:  
<http://veidekke.no/prosjekter/article57084.ece>
- ❖ Verdiskaping. (2012). *Wikipedia*. Hentet fra:  
<https://no.wikipedia.org/wiki/Verdiskaping>
- ❖ Østbø, H. (2016) *The board and staff*. Hentet fra:  
<http://www.sogndalfotball.no/the-board-and-staff>
- ❖ Åsebø, Eldar (2012, 06.06). Idrett, utdanning og kunnskap! Hentet 12.04.2016. Hentet fra: <http://www.sogndalfotball.no/fosshaugane-campus>

#### Referanser til multiplikatoren:

- ❖ Halvorsen, E. (2011). *Norske husholdningers sparing*. S.32. Hentet fra:  
[https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/oa\\_201103/halvorsen.pdf](https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/oa_201103/halvorsen.pdf)
- ❖ Plan- og analyseverktøy for næring, demografi og arbeidsmarked (PANDA)  
*Fylkesprognose for Sogn og Fjordane*.
- ❖ Melby, I. Sparby, G & Epland, J. (2005). *Hvor mye inntektsskatt betaler vi?* Hentet fra: <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/artikler-og-publikasjoner/hvor-mye-inntektsskatt-betaler-vi>