

Masteroppgave
Siri Holmboe Høibo

Vår
2012

Museet på markedet-

Bergensernes betalingsvilje for Bergen Kunstmuseum (en betinget verdsettingsstudie)





MUSEET PÅ MARKEDET-

Bergensernes betalingsvilje for Bergen Kunstmuseum

Av: Siri Holmboe Høibo

Veileder: Frode Steen

Våren 2012

Masterutredning i fordypningsområdet: Samfunnsøkonomi

Norges Handelshøyskole

Denne utredningen er gjennomført som et ledd i siviløkonomutdanningen ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at høyskolen innestår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Man snakker stadig om den verdifulle kunsten, og med lanseringen av Kulturløftet har kultursektoren aldri fått så mye bevilgninger som i dag. Siden finansieringen i hovedsak kommer fra skattebetalerne, er det interessant å vite akkurat *hvor verdifull* innbyggerne faktisk synes kulturen er. Det er også svært relevant å se på om denne verdien svarer til de offentlige tildelingene.

Denne oppgaven har utgangspunkt i populasjonen Bergen og kulturgodet Bergen Kunstmuseum. Målet er å finne ut hva bergenseres betalingsvilje for museet er, og sammenligne nytten med de offentlige bevilgningene som kommer fra staten og kommunen. Oppgaven tar også sikte på å finne ut hvilke faktorer som forklarer den individuelle betalingsviljen.

Resultatet av undersøkelsen er at det finnes en betalingsvilje blant bergensere, og denne er særlig høy hos brukerne av museet. Likevel er ikke den samlede nytten like stor som de offentlige bevilgningene, og samfunnet får dermed ingen nettonytte av museet. Dette forklares ved at selv om Bergen er en storby i norsk målestokk, har den for få innbyggere til å kunne dekke kostnadene. Samtidig modifieres konklusjonen ved å peke på at markedet sannsynligvis strekker seg utover Bergen sine grenser.

Det som forklarer betalingsviljen er i hovedsak om individet er bruker av museet, av husstandens inntekt, om individet bor i sentrum, er student eller eldre.

Forord

Det kan høres underlig og eksotisk ut å bringe kunsten inn i økonomien. Resultatet har også blitt en noe utradisjonell oppgave ved Norges Handelshøyskole. I mine øyne var det nettopp dette som virket tiltrekkende. Jeg har også fått fordype meg i den delen av samfunnsøkonomien jeg synes er mest interessant, og fått kombinert det med min kunstinteresse. For å ha fått det til er det mange personer jeg skylder en stor takk.

Med manglende kulturøkonomikompetanse på NHH har jeg møtt noen utfordringer på veien. Jeg vil først takke professor Frode Steen fra NHH for å ta oppgaven med å være veileder, og for å tro på at jeg ville klare det. Jeg vender også en enorm takk til professor Ståle Navrud ved UMB for verdifull biveiledning og inspirasjon på veien. Takk også til førsteamanuensis ved CBS, Trine Bille, for å ville dele av sine erfaringer. Begge er de internasjonale stjerner på feltet.

Det har vært motiverende å jobbe for en så stor og viktig institusjon som Bergen Kunstmuseum. Uten det gode samarbeidet og den finansielle støtten ville denne oppgaven være betydelig vanskeligere å gjennomføre. Jeg vil rette en stor takk til styreleder Kåre Valebrokk som gav meg oppgaven. Takk for tilliten, for inspirerende møter, og for å stille kritiske spørsmål underveis.

En stor takk går også til Karoline Høibo for de siste gode tilbakemeldingene og korrekturlesing. Takk også til Roy Høibo for det samme. Det endelige løftet til oppgaven gav Nenad Ignjatic: tusen takk for design av flott framside.

På grunn av mange gode støttespillere har det stort sett vært en fornøyelse å skrive denne oppgaven. Jeg vil likevel takke familie og venner for å være der i de opp- og nedturen som har vært. Jeg vil særlig takke Tom for å gjøre livet lyst og lett, og for å gi drømmer om fremtiden.

Juni 2012,

Siri Holmboe Høibo

Innhold

Liste over figurer

Liste over tabeller

1	INNLEDNING	7
1.1	Å VERDSETTE KUNST- KULTURØKONOMISKE ANALYSER	8
1.2	PROBLEMSTILLING	9
1.3	DISPOSISJON	9
2	GODET	10
2.1	HVA ER ET MUSEUM?	10
2.1.1	SAMLINGER	11
2.1.2	FORMIDLING	11
2.2	BERGEN KUNSTMUSEUM	12
2.2.1	FORMÅL	12
2.2.2	SAMLINGER	13
2.2.3	FORMIDLING	13
2.3	HVILKET TYPE GODE ER ET MUSEUM?	14
3	OFFENTLIG FINANSIERING AV FELLESGODER	15
3.1	BEGRUNNELSER	15
3.1.1	EFFEKTIVITET	15
3.1.2	MARKEDSSVIKT	16
3.1.3	LIKHEIT	18
3.2	HVOR MYE- OG HVORDAN	18
3.3	ER OFFENTLIG FINANSIERING DET BESTE?	19
3.3.1	MYNDIGHETSSVIKT	19
3.3.2	PRINSIPAL-AGENTPROBLEMET	20
3.3.3	HVA ER ALTERNATIVET?	20
3.4	FINANSIERING AV BERGEN KUNSTMUSEUM	21
3.4.1	OFFENTLIGE BEVILGNINGER	21
4	NORSK KULTURPOLITIKK	22
4.1.1	KULTURELT MANGFOLD, NASJONAL OG INTERNASJONALT.	23
4.1.2	KUNSTNERISK FORNYELSE OG KVALITET	23
4.1.3	BEVARING OG FORMIDLING AV KULTURARVEN	24
4.1.4	FINANSIERING	24
5	ØKONOMISK VERDSETTING	25
5.1	HVORFOR VI VIL VERDSETTE	25
5.2	VERDSETTINGSMETODER	26
5.2.1	HEDONISK PRISING	26
5.2.2	REISEKOSTNADSMETODEN	27
5.2.3	BETINGET VERDSETTING (CONTINGENT VALUATION)	28
5.3	NYTTE-KOSTNADSANALYSE	29
5.4	KAN MAN FANGE OPP HELE VERDIEN AV ET KULTURGODE?	30
6	SPØRREUNDERSØKELSER	31

6.1	DESIGNE ET SPØRRESKJEMA- "THE TAILORED DESIGN METHOD"	31
6.2	DESIGNE ET CV- SPØRRESKJEMA	32
6.2.1	FORMULERING AV VERDSETTINGSPROBLEMET	33
6.2.2	TILLEGGSSPØRSMÅL	37
6.2.3	PRE- TESTING	38
6.3	DATAINNSAMLING	38
6.3.1	POPULASJON	38
6.3.2	UTVALG	39
6.3.3	DATAINNSAMLINGSMETODE	39
6.4	DE ULIKE BIASENE I UNDERSØKELSEN	40
7	ANALYSE AV DATAMATERIALE	42
7.1	FORKLARINGSVARIABLER OG MODELLKONSTRUKSJON	42
7.2	MODELLER	44
7.2.1	OLS	44
7.2.2	LOGIT- MODELLEN	47
7.2.3	ANDRE MODELLER	47
8	TIDLIGERE STUDIER	49
9	OM UTVALGET	52
9.1	FRAFALL OG REPRESENTATIVITET	52
9.2	DESKRIPTIV STATISTIKK	52
9.2.1	UTDANNELSE, INNTEKT OG YRKE	52
9.2.2	KJØNN, ALDER, BOSTED OG BARN	54
9.2.3	BRUKERE/ IKKE-BRUKERE	54
9.3	KULTURELLE PREFERANSER	56
9.4	HOLDNINGER	57
9.5	HVA SKYLDES SVARENE OM BETALINGSVILJEN?	60
9.5.1	POSITIV BETALINGSVILJE	60
9.5.2	NULL I BETALINGSVILJE	61
9.5.3	"VET IKKE"	62
9.6	OPPSUMMERING – OM UTVALGET	63
10	BETALINGSVILJEN	63
10.1	MEDIAN ELLER GJENNOMSNITT?	63
10.2	UTVALGETS BETALINGSVILJE	64
10.2.1	AGGREGERING PÅ FORSKJELLIG VIS	65
10.3	BETALINGSVILJE FOR FORSKJELLIGE GRUPPER	68
10.3.1	BRUKERE OG IKKE-BRUKERE	68
10.4	FORSKJELLIG BEHANDLING AV DATASETET	70
10.5	CV-METODEN OG OVER/UNDERESTIMERING	71
10.6	OPPSUMMERING- BETALINGSVILJEN	71
11	HVA FORKLARER BETALINGSVILJEN?	72
11.1	VARIABLENE OG DERES FORVENTEDE FORTEGN	73
11.1.1	BRUKER	73
11.1.2	KULTURELLE INDIKATORER	73
11.1.3	INNTEKT	75
11.1.4	UTDANNELSE	76
11.1.5	YRKER	76
11.1.6	SENTRUM	77

11.1.7	KVINNE	77
11.1.8	ALDER	77
11.1.9	BARN	78
11.2	HYPOTESER	78
11.3	RESULTATER	78
11.3.1	FOR HELE UTVALGET	79
11.3.2	BRUKERE VS. IKKE-BRUKERE	81
11.3.3	LOGIT-MODELL	82
11.3.4	SAMMENLIGNING AV MODELLER	83
11.3.5	REGRESJONER MED FORSKJELLIG DATASET	84
11.4	OPPSUMMERING - FORKLARINGSVARIABLER	85
12 UNDERSØKELSENS PÅLITELIGHET		86
12.1	REALISME I SITUASJONEN	86
12.2	TEORETISK VALIDITET	86
12.3	FORKLARINGSGRAD	87
12.4	OPPSUMMERING – PÅLITELIGHET	87
13 SVAKHETER VED ANALYSEN OG VIDERE FORSKNING		87
14 DEBATTEN I NORGE		90
14.1	KULTURPOLITIKK SØKER PARTI	90
14.2	FILANTROPISK PROBLEM	91
14.3	PROBLEMATISERING AV STATLIGE FØRINGER FOR KUNSTEN	91
14.4	KRITISK KULTURPOLITIKK	92
14.5	KONKLUSJON	92

Figurer

FIGUR 1: KULTURELLE PREFERANSER	56
FIGUR 2: HOLDNINGER TIL OFFENTLIG STØTTE	58
FIGUR 3: HVORFOR BERGEN KUNSTMUSEUM ER VIKTIG	59
FIGUR 4: BETALINGSVILJENS FORDELING	64
FIGUR 5: GRAFISK PLOT FOR Å AVDEKKE HETEROSKEDASTISITET: KVADRERTE RESIDUALER MOT PREDIKERTE VERDIER AV Y	103
FIGUR 6: UTVALGETS YRKESFORDELING	106
FIGUR 7: HVORFOR NOEN ER BRUKERE.....	107
FIGUR 8: HVORFOR NOEN ER IKKE-BRUKERE.....	107
FIGUR 9: HOLDNINGER: SAMMENHENGEN MELLOM OFFENTLIG STØTTE TIL KULTUR, OG BETALINGSVILJE FOR BERGEN KUNSTMUSEUM	108
FIGUR 10: HVORFOR RESPONDENTENE SVARTE ET POSITIVT BELØP PÅ VERDSETTINGSSPØRSMÅLET	108
FIGUR 11: HVORFOR RESPONDENTENE SVARTE NULL PÅ VERDSETTINGSSPØRSMÅLET	109
FIGUR 12: HVORFOR RESPONDENTENE SVARTE "VET IKKE" PÅ VERDSETTINGSSPØRSMÅLET	109

Tabeller

TABELL 1: OFFENTLIGE TILSKUDD, OVERSIKT	22
TABELL 2: OVERSIKT OVER NORSKE CV- UNDERSØKELSER	50
TABELL 3: OVERSIKT OVER UTVALGTE UTENLANDSKE CV- UNDERSØKELSER	51
TABELL 4: DESKRIPTIV STATISTIKK FOR UTVALGET	53
TABELL 5: UTVALGETS BETALINGSVILJE	65
TABELL 6: OFFENTLIGE TILSKUDD PER HUSSTAND	66
TABELL 7: BRUKERE OG IKKE-BRUKERES BETALINGSVILJE	69
TABELL 8: BETALINGSVILJE MED ULIK DATASETT	71
TABELL 9: VARIABLENE, DERES DEFINISJONER OG FORVENTEDE FORTEGN	74
TABELL 10: OLS OG LOGIT REGRESJONER	80
TABELL 11: INNTEKTSELASTISITETER	81
TABELL 12: REGRESJONER MED BRUK AV FORSKJELLIGE MODELLER. SAMMENLIGNING AV SIGNIFIKANTE VARIABLER MED FORVENTNINGER	84
TABELL 13: REGRESJONER MED BRUK AV FORSKJELLIG DATASETT	85
TABELL 14: KORRELASJONSMATRISSE	102
TABELL 15: TESTER FOR HETEROSKEDASTISITET	103
TABELL 16: INSTRUMENTELL REGRESJON	104
TABELL 17: VARIABLENES REPRESENTATIVITET	105
TABELL 18: DESKRIPTIV STATISTIKK, BRUKERE OG IKKE-BRUKERE	106
TABELL 19: DESKRIPTIV STATISTIKK, ULIKE GRUPPER BETALINGSVILJE	110
TABELL 20: BETALINGSVILJE FOR FORSKJELLIGE GRUPPER	111
TABELL 21: OLS MED ET ØKENDE ANTALL VARIABLER	112
TABELL 22: SAMMENLIGNING AV ULIKE REGRESJONSMODELLER	113
TABELL 23: SAMMENLIGNING AV REGRESJONER MED BRUK AV FORSKJELLIG DATASETT	114

Innledning

1 Innledning

Med den rødgrønne regjeringen har vi de siste syv årene i Norge opplevd en kraftig økning i kulturbudsjettene. Målet med Kulturløftet¹ er at kulturbudsjettet i 2014 skal utgjøre 1% av det totale statsbudsjettet. Det er omtrent like mye som bevilgningene til bistand, og en fjerdedel av forsvarsbudsjettet (Finansdepartementet, 2012). Hvordan kan dette forsvares?

I Nederland oppstod det i fjor sommer voldsomme protester da regjeringen foreslo kutt i kultursektoren med 200 millioner euro (Evensen, 2011). 10 000 mennesker møtte opp til den avsluttende demonstrasjonen, hvor detonering av røykbomber hadde vært en del av opptrappingen. Hva er det som gjør engasjementet for kunsten og museene så sterkt? Hvorfor er kunsten så viktig for folk?

Tidligere Festspilldirektør, Per Boye Hansen, hevder at kunsten er samfunnets grunnfjell (Hansen, 2010). Uten kunsten ville samfunnet fortone seg som grått, likegyldig og meningsløst. Hansen skriver videre at: "Kunsten har gitt oss vesentlige bidrag til menneskelig erkjennelse, opplevelse og kommunikasjon. Kunsten har vært premissleverandør for hvordan vi tenker, hvordan vi føler, hvordan vi oppfatter oss selv og hverandre og hvordan vi forholder oss til de store spørsmål" (Hansen, 2010). Videre har Tore Vagn Lid (2010) erklært kunstens offentlige mandat slik: "å ta de vanskelige veiene, rykke ut, stille de spørsmål vi ikke tør, lete etter maktens og avmaktens anatomi, utfordre krefter som er større enn oss, nærme seg tabuene, og være den første til å begi seg ut i ingenmannsland".

Anne Enger, leder for "Kulturutredning 2014", mener at støtten til kulturlivet også er en investering i demokratiet (Enger & Henningsen, 2011). Dette fordi

¹ Regjeringens felles prioriteringer for norsk kulturpolitikk de neste ti årene. Regjeringen vil med Kulturløftet heve kulturens status, og gjøre Norge til en kulturnasjon

kunst og kultur skaper arenaer for meningsutveksling og debatt, og gjennom deltagelse skapes erfaringer og kunnskap som gir samfunnsengasjement. Det er samtidig også en arena for å skape felleskap og identitet i et samfunn. Er innbyggerne likevel enig i dette? Og inkluderes dette i deres vurdering av kunstens verdi?

Uansett hva man legger i begrepet kunst, synes det å være bred enighet rundt at den er verdifull - både blant politiske partier og folk flest. Samtidig anses museenes rolle som formidler og en samfunnsaktør som viktig. De fleste mener også at både kunsten og museene trenger støtte for å overleve. Men hvor skal denne støtten komme fra? Er det allment akseptert at myndighetene gir så stor bevilgninger til kulturen som de gjør?

Levetiden til Kulturløftet begynner å gå mot slutten. Det pågår nå et stort arbeid med "Kulturutredning 2014" som skal analysere effektene av Kulturløftet, og samtidig peke ut en hensiktsmessig kurs for den fremtidige kulturpolitikken. På tross av generell enighet om kulturbevilgninger, står kunsten og kulturen ovenfor flere problemstillinger. Noen av disse har jeg allerede nevnt, og noen ønsker jeg å analysere nærmere i denne oppgaven. For å gjøre det vil jeg bruke kvantitativ metode, og ta utgangspunkt i Bergen Kunstmuseum.

1.1 Å verdsette kunst- kulturøkonomiske analyser

Å bruke kvantitativ metode for å verdsette et immaterielt gode som kunst og museer, er likevel ikke ukontroversielt. Det er ofte hevdet at "art is beyond calculation, and due to its uniqueness it may not be compared with anything else" (Frey & Pommerehne, 1989: 8). Ut fra et økonomisk perspektiv holder dette likevel ikke; penger brukt på kultur har en alternativkostnad og er i konkurranse med bevilgninger til andre formål – også andre kunst- og kulturformål. Dess mer dette har blitt anerkjent, dess viktigere har rollen til kulturøkonomer og kulturøkonomiske analyser blitt.

For å verdsette kulturgoder blir ofte betinget verdsetting brukt som metode. Denne oppgaven er ingen unntak. Resultatet av en betinget verdsettingsstudie er

et kvantitativt mål for hva en person er villig til å betale for godet. Hvis man spør et representativt utvalg av en populasjon (inkludert brukere og ikke- brukere), kan den aggregeres til å gjelde hele populasjonen. Slik kan vi få et mål på hva man samlet sett verdsetter godet til, som videre kan sammenlignes med det som faktisk blir bevilget. I dette tilfellet er den aktuelle populasjonen innbyggerne i Bergen, og sammenligningsgrunnlaget er i hovedsak bevilgningene fra staten og Bergen kommune.

1.2 Problemstilling

De store bevilgninger til kultursektoren, den omfattende gjennomgangen av virkningene til kulturløftet, og en snarlig utpeking av videre kurs for kulturpolitikken, gjør temaet for denne oppgaven aktuell. Med de spørsmålene jeg har stilt innledningsvis, er det klart at temaet også er stort og utfordrende. Jeg har likevel snevret det ned til en todelt problemstilling:

Er det en betalingsvilje blant bergensere for Bergen Kunstmuseum som svarer til de offentlige bevilgningene, og hvilke faktorer påvirker den?

1.3 Disposisjon

Jeg vil starte oppgaven med å beskrive godet som skal verdsettes, hvordan det finansieres, og den teoretiske bakgrunnen for å finansiere slike goder med offentlige midler. Grunnlaget for finansiering henger tett sammen med et lands kulturpolitikk, og jeg vil derfor også gå inn på noen hovedpunkter i den norske kulturpolitikken. Jeg starter metodedelen med å si noe om hvorfor vi vil verdsette kulturgoder, og gå gjennom ulike metoder som potensielt kan brukes. For å utføre en god betinget verdsettingsstudie er utforming av spørreskjemaet viktig, og jeg vil derfor også gjennomgå hvordan dette bør gjøres i detalj. Herunder er også en gjennomgang av hvordan man kan analysere datamaterialet. Før jeg går løs på resultatene av denne undersøkelsen, vil jeg kort oppsummere funn fra tidligere tilsvarende studier. Gjennomgangen av resultatene fra den aktuelle studien starter med en analyse av utvalget, fortsetter med en analyse av betalingsviljen, før den slutter med regresjonsanalyse av forklaringsvariablene. Før jeg konkluderer drøfter jeg undersøkelsens pålitelighet, samt svakheter og noen punkter for videre forskning.

Teori

2 Godet

Et naturlig utgangspunkt for å kunne verdsette museet, er å se nærmere på hva godet egentlig er. Her vil jeg begynne med en generell definisjon av museer, om deres formål, og hvilket type gode det er. Jeg vil også peke på noen sentrale trekk ved Bergen Kunstmuseum spesielt.

2.1 Hva er et museum?

Museenes univers er enormt, og de varierer i størrelse, innhold og struktur. Selv om det kan virke umulig å lage en felles generell definisjon, har museenes egen internasjonale organisasjon, The International Council of Museums (ICOM), utviklet en definisjon som lyder:

”Et museum er en permanent institusjon, ikke basert på profitt, som skal tjene samfunnet og dets utvikling og være åpent for publikum; som samler inn, bevarer/konserverer, forsker i, formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed” (ICOM, 2012).

Museene har altså ikke bare én oppgave. Joseph Veach Noble, tidligere president i American Association of Museums, publiserte i 1970 et manifest for museer som i lang tid var utgangspunktet for hvordan museenes praksis var oppbygd (Weil, 1990). Noble fokuserte på at alle museer hadde fem hovedoppgaver; ”to collect, to conserve, to study, to interpret, and to exhibit” (Weil, 1990: 57). Alle oppgavene var selvstendige, men samtidig forent av samme formål.

Weil (1990) moderniserer Noble, og introduserer det han kaller ”museets nye paradigme”. Han tar utgangspunkt i Nobles fem hovedfunksjoner, men oppsummerer dem til tre; å bevare, studere og kommunisere. Han lister videre opp museenes mål som å gi tilgang, spre informasjon, instruere, sette lys på og

klarere historiske og samtidige relasjoner og forhold, å sette standarder, å introdusere og styrke kulturelle verdier, heve smak, sette dagsorden, utvikle ferdigheter, gi en følelse av myndiggjøring, og til slutt å etablere og promotere sosial identitet (Weil, 1990: 63). Med dette settes mer lys på *hvorfor* museene har de funksjonene de har. Weil peker på at museer som ikke "tjener samfunnet og dets utvikling" ikke er noe museum i det hele. Med andre ord mener han at museene skal ha mer fokus på å stille spørsmål ved samfunnet.

I følge Johnson og Thomas (1998) vil et museums formål avhenge av hvem du spør. For noen er det viktigste samlingen museet besitter. For det andre er det utdanning av samfunnet og maksimere tilgjengelighet som veier tyngst. Hva museets formål skal være, er ikke en økonom sin oppgave å diskutere. For å få kjennskap om godet, er det likevel relevant å forstå museets operasjoner og aktiviteter, som jeg her har oppsummert i to hovedgrupper: samlinger og formidling.

2.1.1 Samlinger

Under samlinger inngår både anskaffelse av nye verk og bevaring. Samlingene et museum besitter er selve dets kjerne. De vil gi museet identitet, og bestemmer hvilket publikum som kommer. Museer har oftest mange flere verk i sin beholdning enn det de får stilt ut, pga. plasshensyn. Store samlinger kan signalisere institusjonell legitimitet og er en kilde til prestisje (Weil, 1990). Samtidig kan det være en stor kostnad for museet, da museet også har ansvaret for bevaring.

2.1.2 Formidling

Formidling handler om det ansvaret museet har som forvalter av et samfunns utdanningsverdi, og inkluderer både forskning og kommunikasjon (Johnson&Thomas, 1998). Mange museer er forskningsinstitusjoner som enten utfører forskningsoppgaver selv eller tilbyr råmateriale for besøkende forskere. Annen type formidling kan være dokumentasjon, publikasjoner organisering av foredrag og seminarer.

I tillegg handler formidling om kommunikasjon rundt utstillingene til et museum. Museets tradisjonelle rolle har vært enveiskommunikasjon, Weil (1990) understreker at publikums *individuelle* opplevelser og tolkning er vel så viktig i dagens museum.

Den stadig fornyende teknologien er også et nytt og viktig aspekt i forhold til formidling. Med satsing på digitalisering kan markedet til museet blir betydelig større (Towse, 2010). Det betyr også at museet potensielt er tilgjengelig for alle alltid, også på et globalt nivå. Det senker de sosiale barrierene, og tids- og reisekostnader ved å besøke museet. Det senker også informasjonskostnaden, da all informasjon er tilgjengelig for alle på forhånd.

2.2 Bergen Kunstmuseum

Bergen Kunstmuseum (heretter BKM) er blant Nordens største kunstmuseer og viser kunst fra renessanse til nåtid. Det består av tre bygninger; Lysverket, Rasmus Meyers Samlinger og Stenersen, som alle ligger langs Lille Lungegårdsvann i Bergen sentrum. Museet er også en del av Kunstmuseene i Bergen, som i tillegg omfatter Edvard Grieg Museum Troldhaugen, Museet Lysøen, Siljustøl Museum og Vestlandske Kunstindustrimuseum². Museene var alle selvstendige frem til 1 januar 2007, før de gjennom museumskonsolideringen fikk en felles overbygning med ett styre, en direktør og en felles stab.

2.2.1 Formål

Stiftelsens formål er "å skape opplevelse, kunnskap og kritisk refleksjon omkring den skapende og utøvende kunsten" (Kunstmuseene i Bergen, 2007: 3).

Formålsparagrafen viser at museet erkjenner sin rolle som samfunnsaktør. I tillegg ser Kunstmuseene sin rolle som brobygger, som vil si at de vil "åpne for forståelse og aksept for mangfoldighetsdimensjonen i kunsten både blant innvandrere og byens befolkning" (Kunstmuseene i Bergen, 2007:3). Det betyr bl.a. at de også fokuserer på å vise internasjonal kunst, så vel som nasjonal.

² Bergen kunstmuseum må ikke forveksles med Kunstmuseene i Bergen. Omtales museet i entallsform, eller som BKM, er det kun Bergen Kunstmuseum vi ser på

2.2.2 Samlinger

Blant Bergen Kunstmuseums samlinger finnes både verk av internasjonale stjerner som Picasso og Klee, men også en stor samling verk av viktige norske kunstnere. Kunstverkene er fordelt på de tre byggene nevnt innledningsvis, og de enkelte museene er gitt noe ulikt fokus. Utstillingene i Lysverket er en tradisjonell gjennomgang av kunsthistorien fra tidlig renessanse frem til i dag, med hovedvekt på norsk kunsthistorie. I Rasmus Meyers Samlinger er det kun norske kunstnere, som bl.a. Edvard Munch og Christian Krogh. Stenersen har en egen avdeling for samtidskunst, samtidig som det også er visningssted for museets midlertidige utstillinger.

At museet disponerer relativt store samlinger av Munch og norsk 1800-talls maleri gjør at det høster mye internasjonal oppmerksomhet. Det låner også ut bilder fra samlingene sine. I 2010 lånte de ut 158 verk til utstillinger i både nasjonale og internasjonale institusjoner (Kunstmuseene i Bergen, 2010). Totalt omfatter museets samlinger nærmere 10 000 gjenstander bestående av både malerier, papirbaserte kunstverk, skulptur, video, installasjoner og møbler. Av disse er det bare en liten andel som til enhver tid er stilt ut, men i 2010 åpnet museet en ny avdeling for samtidskunst for nettopp å få vist fram mer.

2.2.3 Formidling

BKM bruker mye ressurser på formidling, og aktiviteter knyttet til dette. I 2010 hadde de 652 formidlingsarrangement totalt, som inkluderer utstillinger, omvisninger, verksted, internettressurser, kurs og seminarer (Kunstmuseene i Bergen, 2010). Mange av arrangementene var tilknyttet formidling mot barn og unge. I tillegg gir museet hvert år ut kataloger til egne utstillinger, som er resultat av forskningsarbeid gjort ved museet og samarbeidsinstitusjoner. I tillegg til egne formidlingsaktiviteter, spiller museet også en viktig rolle i nasjonale formidlingsnettverk.

Publikumstallet er oppadstigende, bl.a. på grunn av mer markedsføring, og en bevisstgjøring av hva museet kan tilby. BKM jobbet i 2010 for et mer åpent

museum, med satsing på nye publikumsgrupper og publikumstilrettelegging. I 2010 hadde museet også flere utstillinger som skapte temperatur og debatt.

Et mer åpent museum betydde også en økt satsing på digitalisering. For det første ser man en økt aktivitet i sosiale medier, noe som reduserer avstand og skaper mer direkte kontakt mellom potensielle brukere, brukere og institusjonen. På internettsidene finner man også flere internettressurser der man kan bli bedre kjent med museene, de ulike verkene og kunstnere. Det har egne interaktive programmer for barn og unge, som kan brukes som "et supplement til besøk på museet eller som en opplevelse i seg selv" (Kunstmuseene i Bergen (2012b)). I løpet av hele 2010 hadde internettsidene 73 830 unike besøkende fra inn og utland, noe som tilsier et stort globalt marked.

2.3 Hvilket type gode er et museum?

Museer og kunst er kulturgoder. Slike goder blir sjelden omsatt i markedet, og faller dermed innunder kategorien offentlige goder. For å være et *fullstendig* offentlig gode må to ting være oppfylt: godet må ikke være ekskluderende eller rivaliserende (Ready & Navrud, 2002). Det første betyr at det ikke kan være teknisk mulig å holde noen borte fra å nyte godet. At godet er ikke-rivaliserende betyr at et individs konsum av godet ikke påvirker en annens. Dermed kan man allerede se at mange kulturgoder kun til en viss grad kan kalles fellesgoder.

For museer gjelder det f.eks. at de kan ta inngangspenger og dermed kunne ekskludere noen fra å nyte godet. Overfylte museer vil også trolig påvirke hver enkelt sin nytelse i ulik grad³. De fleste kulturaktiviteter og tilbudet fra de fleste kulturinstitusjoner kan dermed karakteriseres som et såkalt *mikset gode* (Hansen, 1996). Det vil si at en del av godet er den direkte individuelle opplevelsen, og en annen del er den verdien som kommer hele samfunnet til nytte.

Digitalisering av kulturgoder gjør dem som nevnt mer tilgjengelig for flere (Towse, 2010). Et kulturgode kan dermed både være et privat gode man selger

³ Masser av turister foran Mona Lisa i Louvre, Paris, er et godt eksempel

(for inngangspenger), og samtidig ha preg av å være et offentlig gode som flere enn brukerne kan ha nytte av. De direkte og indirekte verdiene fellesgoder kan ha for et individ, blir utdypet senere.

3 Offentlig finansiering av fellesgoder

BKM blir hovedsakelig finansiert av det offentlige, hvilket i andre omgang vil si innbyggerne (skattebetalerne). Siden dette prosjektet tar sikte på å si noe om hva innbyggerne ønsker å betale, finner jeg det formålstjenlig å beskrive hva som ligger bak argumentet for offentlig finansiering av fellesgoder. For å belyse problemstillingen ytterligere, har jeg også valgt å diskutere hvordan man kan gjøre det effektivt, og hvilke alternativer som finnes til offentlig finansiering. Til slutt vil jeg gå gjennom hvordan det aktuelle godet, BKM, blir finansiert.

3.1 Begrunnelser

Begrunnelser for statlig intervensjon er å maksimere velferd, gjennom mål om sosial effektivitet og likhet. Det innebærer også å korrigere ved markedssvikt, da markedet for offentlige goder (og kulturgoder) ikke fanger opp alle verdier.

3.1.1 Effektivitet

Den samlede velferden i et samfunn er summen av alle individuelle nyttefunksjoner. Velferden er maksimert når ingen i samfunnet kan få det bedre, uten at noen får det verre. Dette er definisjonen på Paretooptimalitet. I følge den norske offisielle utredningen om nytte-kostnadsanalyser, bør prosjekter som medfører en Paretoforbedring gjennomføres (Finans- og tolldepartementet, 1997). Hvis noen kan få det bedre ved at BKM finnes, uten at noen får det verre, kan statlig støtte til museet være med til å skape Paretoforbedring i samfunnet.

Paretooptimalitet har likevel blitt kraftig kritisert da forutsetningene⁴ ikke holder i den virkelige verden (Towse, 2010). Ved å legge individuelle nyttefunksjoner til grunn, antar man også at myndighetene ikke har noen egne interesser, og at individet selv er den beste til å bestemme over sin egen velferd.

⁴ Forutsetningene er i hovedsak at det eksisterer markeder for alle goder, alle markeder er i likevekt, markedene har frikonkurransen, transaksjonskostnader er ubetydelige, det finnes ingen eksternaliteter og deltakere i markedet har perfekt informasjon

Dette vil vi senere se at kan bli satt på prøve. I tillegg er det ofte slik at det i praksis er svært få politiske beslutninger som medfører en Paretoforbedring, da slike beslutninger typisk fører til at noen grupper får det bedre, mens andre blir dårligere stilt (pga. omfordeling av ressurser).

Selv om Paretokriteriet er vanskelig å operasjonalisere, er konseptet nyttig som en idealtypisk beslutningsregel. Senere har man også fått Hicks-Kaldor kriteriet, som sier at et prosjekt bør gjennomføres dersom det er en nettonytte til samfunnet, altså at det *hypotetisk sett* er mulig for vinnerne å kompensere dem som taper på det, slik at alle får en velferdsforbedring (Towse, 2010). I dette tilfellet vil det si at "prosjektet" BKM bør videreføres, hvis den samfunnsøkonomiske nytten overstiger kostnadene (de offentlige bevilgningene).

3.1.2 Markedssvikt

Når forutsetningene om Paretooptimalitet ikke holder, vil det si at vi har en markedssvikt. Statlig intervensjon kan korrigere markedet der det ikke fungerer optimalt, og dermed øke sosial effektivitet slik at man får et nestbest alternativ etter Paretooptimalitet (Towse, 2010). Det er to hovedgrunner til svikt i markedet; 1) fordi kulturgoder har verdier som ikke blir fanget opp av markedet, og 2) pga. informasjonsproblemer.

3.1.2.1 Totale økonomiske verdier

Fordi kultur i de fleste tilfeller er felles- eller miksede goder, vil det være store verdier som faller hele samfunnet til gode uten at det reflekteres i markedsprisene. De totale økonomiske verdiene kan deles inn i bruker- og ikke-brukerverdier, samt eksternaliteter.

3.1.2.1.1 Brukerverdier

Brukerverdier er den direkte individuelle opplevelsen brukere kan få av et gode. I vår sammenheng vil det være besøk i utstillingene til BKM. *Potensielle* brukere kan også ha brukerverdier. Potensielle brukere er de som enten planlegger besøk i fremtiden, eller som har en verdi tilknyttet det å holde mulighetene for besøk i fremtiden åpne (Bateman et.al., 2002). Denne typen brukerverdier kalles opsjonsverdier. Å tillegge noe opsjonsverdi kan skyldes usikkerhet knyttet til

egne fremtidige preferanser, og til den fremtidige kvalitet av f.eks. utstillinger på et museum (Hansen, 1996).

3.1.2.1.2 Ikke-brukerverdier

Ikke-brukerverdier favner bredt, men i følge Bateman et.al (2002) er vanlige klassifiseringer altruisme-, arve-, og eksistensverdier. Altruisme- og arveverdier betyr at man tillegger det en verdi å vite at andre kan bruke godet. I den første kategorien kan det spesielt bety venner og familie, men også andre generelt. Med arveverdier mener man at kommende generasjoner skal ha nytte av godet. Eksistensverdi er det å vite at et gode eksisterer, uten å ha noe planlagt bruk, verken for seg selv eller andre. Dette kan skyldes en generell interesse for at godet finnes, eller en ansvarsfølelse for å opprettholde det. Her vil omfanget av museets samlinger spille en stor rolle.

3.1.2.1.3 Eksternaliteter

Vi kan dele eksternalitetene for kulturgoder opp i forbruker- og produsenteksternaliteter. Forbrukereksternaliteter betyr at andre forbrukere i samfunnet nyter godt av de eksterne effektene godet gir (Hansen, 1996). I forhold til kulturgoder som BKM kan dette være i form av en utdanningsverdi, ved at museet sprer kunnskap. Det kan også være en prestisjeverdi, ved at det er med å bidra til regional/nasjonal stolthet og identitet.

Produsenteksternaliteter handler om hvordan annet næringsliv drar nytte av de aktivitetene som foregår i kultursektoren (Hansen, 1996). Dette kan være annen privat kulturproduksjon, som kan bruke talenter som blir utviklet gjennom offentlig støttet kulturliv. Det kan også være organisasjoner som inngår i et komplementært forhold til kulturen, og hvis omsetning til en viss grad er avhengig av kulturens, som for eksempel hoteller, restauranter, transportbransjen osv. (Hansen, 1996). I 2010 var til eksempel ansatte fra BKM innleid som konsulenter for universitetet, og de tok ansvaret som administratorer for Ole Bull året 2010. I tillegg var de praksis plass for utenlandske og norske studenter, og slik utdannet arbeidstakere.

3.1.2.2 Informasjonsproblemer

Markedssvikt oppstår også fordi konsumentene ikke har nok informasjon om godet. Dette setter konsumentsoverensstemmelsesprinsippet under debatt; er individet selv den beste til å bestemme over sin egen velferd?

Kulturgoder bærer i stor grad preg av å være nye goder som konsumenter ikke har formet smak og preferanser for enda, da dette skjer gjennom erfaring og informasjon (Towse, 2010). Det vil si at etterspørselen ikke vil reflektere den egentlige nytten. Videre argumenteres det for at markedet ikke vil støtte nye prosjekt og alternativ kultur, da det blir ansett for å være for risikabelt. Mange kulturøkonomer vil derfor mene at uten subsidier vil muligheten for nye opplevelser begrenses, og at man derfor heller ikke ha muligheten for å utvikle en velinformert smak. Resultatet vil være mindre kreativitet og mangfold.

3.1.3 Likhhet

I tillegg til å sikre effektivitet og korrigerer for markedssvikt, er myndighetene opptatt av rettferdighet og likhet. Likhethensyn relateres oftest til distribusjon av ressurser som bedrer tilgang til et gode. I tilfellet for BKM kan dette gjøres gjennom å gi rabatt til lavinntektsgrupper som studenter eller pensjonister. Det kan også handle om fysisk tilgang for bl.a. bevegelseshemmede. I geografisk store land med et lite innbyggertall (som Norge) kan det også innebære å sikre et aktivt kulturliv også i distriktet.

Pareto- kriteriet tar ikke hensyn til likhetsspørsmål, og det kan derfor oppstå kollisjon mellom hensyn til effektivitet og til likhet. Det er videre ingen økonomisk regel som sier noe om balansen mellom de to, og det forblir derfor et spørsmål om politikk hva man skal prioritere.

3.2 Hvor mye- og hvordan

På bakgrunn av det som har blitt gjennomgått over, er det bred enighet om at myndighetene bør støtte kulturen til en viss grad. Men hvor mye er riktig å subsidiere? Og hva er den mest effektive måten å gjøre det på?

Pigoviansk velferdsøkonomi gir en beslutningsregel for sosial effektivitet, også i marked med markedssvikt (Towse, 2010). Denne forteller at det velferdsmaksimerende nivå av et gode er når marginal sosial nytte er lik marginal sosial kostnad ($MSB=MSC$). Dette inkluderer både privat nytte og kostnad, samt positive og negative eksternaliteter.

Subsidiene må også være insentivriktige. Å øke inntekter er et eksempel på et potensielt mål for en kulturinstitusjon. Går ekstraintekter tilbake til staten, har institusjonen insentiv til å overforbruke. Er målet å øke deltagelse, er en riktig prisstrategi viktig. I Storbritannia bestemte myndighetene i 2001 at det skulle være gratis å komme inn på offentlige museum (Towse, 2010). Dette førte til en publikumsøking på 188% ved noen museer. De oppnådde også målet om å senke de sosiale barrierene, med en publikumsøkning på 16% fra de lavere sosioøkonomiske klassene.

I de fleste europeiske land er det typisk å gi en fast sum til institusjoner, som kommer fra sentrale, regionale eller kommunale hold - eller som i BKM sitt tilfelle fra alle tre (Towse, 2010). Slike faste summer blir ansett for å være nøytrale, da de er uavhengige av output, og ikke påvirker museenes prioriteringer. Andre metoder er å gi subsidier etter verdi eller per enhet, eller å gi skatteletter til givere. Man kan også støtte ved å gi mer hjelp til konsumenter, ved å gi informasjon om kulturgodet, støtte markedsføring, eller gi gratiskuponger og rabatter.

3.3 Er offentlig finansiering det beste?

Utgangspunktet hittil har vært at et er det offentlige som står for å støtte kulturen, men det er flere som peker på problematiske områder ved det. At offentlig finansiering av kultur ikke alltid trenger å være det beste forklares bl.a. av myndighetssvikt og prinsipal-agent problemer.

3.3.1 Myndighetssvikt

Det viser seg at antagelsen om at myndighetene ikke har selvinteresser, ikke holder. Slike selvinteresser kan være personlige, politiske, sosiale og regionale forbindelser som påvirker beslutninger. Frey og Pommerehne (1989) hevder at

offentlig støtte til store og provoserende kulturproduksjoner ofte blir unngått pga. risikoen for å framprovosere skandaler og konflikter med viktige interessegrupper. De hevder også at de kunstnere og kunstinstitusjoner som kommer godt overens med synet til makteliten dermed blir privilegert, og den kunstneriske friheten blir innskrenket.

Til eksempel setter man i det markedsliberale USA opp de store, tradisjonelle og populære operaene for å fylle setene. Overraskende nok er det i stor grad de samme stykkene som settes opp i Europa: selv om støtten i til de europeiske operaene stadig blir større, blir oppsetningene samtidig eldre. Tatt i betraktning at disse stykkene også er de minst prissensitive, kan man stille spørsmål ved om den offentlige støtten fungerer slik den skal.

3.3.2 Prinsipal-agentproblemet

Prinsipal-agentproblemet er særlig relevant for kulturgoder. Agenten (i dette tilfellet BKM) har ofte fordelen i forholdet, da han har mest informasjon. Han kan dermed true prinsipalen med nedleggelse av drift, mens prinsipalen (myndighetene) på sin side kan true med tilbaketrekking av midler. For å overkomme dette må man inngå avtaler for tildeling av midler, og indikatorer for å sammenligne institusjoner (Towse, 2010). Slike indikatorer må være vide og fleksible for å tillate forskjelligheter mellom organisasjoner, men samtidig spesifikke nok for å kunne brukes til sammenligning. Det blir kritisert at dette nødvendigvis vil føre til mer konformitet, da organisasjonene må tilpasse seg indikatorene, og gå bort fra egen spesialisering og misjon.

3.3.3 Hva er alternativet?

Alternativene til offentlig finansiering er i stor grad avhengig av privat støtte. Slik støtte kan være private gaver, og en rekke andre finansieringskilder som klubber, medlemsorganisasjoner, sponsoring og fond (Towse, 2010). Private gaver kan være en måte å oppfylle Pareto-kriteriet da de er frivillige, og reflekterer et individs eller en virksomhets egne valg og preferanser. Flere liberale kulturøkonomer argumenterer derfor for at dette vil være det beste. Private gaver kan være motivert av selvinteresse eller av filantropi.

Det skal likevel være en kultur for å gi slike gaver, og ikke minst insentiver for at det skal lønne seg. Det landet som støtter seg mest på private gaver er USA. Her oppfordrer myndighetene til privat støtte ved bl.a. skattelette, som en form for indirekte subsidie.

Det blir problematisert at offentlige støtte trenger bort den private, fordi samfunnet er vant med at staten betaler, eller fordi det gjør at innbyggere ikke er villige til å betale mer enn de allerede gjør over skatteseddelen. På den andre siden ser man også at offentlig støtte fungerer som en slags sertifisering av institusjonen, som gjør at flere private tiltrekkes.

Felles ved all form for privat finansiering, er at det offentlige mister kontrollen både over mengde kultur og mål. Det er også en viss fare for at det private vil favorisere én type kunst eller kunstart, og dermed at samfunnet vil miste det kulturelle mangfoldet. Om dette vil få negative konsekvenser i forhold til den ordningen vi har i dag, er likevel opp til den enkelte å mene noe om. Det kan også, som vi har sett, argumenteres for at de offentlige støtteordningene man har i dag kan ha samme effekt på innskrenking av kunstnerisk frihet og mangfold.

3.4 Finansiering av Bergen Kunstmuseum

Hovedtilskuddene til BKM kommer i hovedsak fra det offentlige, fra Bergen Kommune, Kulturdepartementet (staten) og Hordaland fylkeskommune. I tillegg kommer gaver og deponier fra privat næringsliv og privatpersoner, samt noen inntekter fra billetter og annet salg. Disse utgjør likevel kun en liten del, og det er bevilningene fra det offentlige som er fokus for denne oppgaven.

3.4.1 Offentlige bevilgninger

I skrivende stund er regnskapet for 2011 for BKM fortsatt ikke ferdig. Jeg vil derfor basere meg på tall fra 2010, som er hentet fra årsregnskapet og årsmeldingen for 2010 (Kunstmuseene i Bergen, 2010).

Tabell 1: Offentlige tilskudd, oversikt

	Offentlige tilskudd til Kunstmuseene i Bergen	Offentlige tilskudd til BKM, Totalt	Offentlige tilskudd til BKM, Kommune	Offentlige tilskudd til BKM, Stat
Andel av total		100 %	90 %	10 %
Tilskudd i kroner	63 611 000	35 427 178	31 905 000	3 522 178

Siden de ulike museene under Kunstmuseene i Bergen ble slått sammen i 2007, får de samlede tilskudd fra det offentlige. I 2010 var disse på totalt 63 611 000 kr, der de kommunale tildelingene utgjør mesteparten, etterfulgt av de statlige, før de fylkeskommunale desidert er minst. Ingen av tildelingene er øremerket BKM, og det er dermed problematisk å skille ut hvor mye som spesifikt går til museet. Før 2006 fikk BKM likevel øremerkede midler. Utfra hva de fikk da, har administrasjonen justert tilskuddene til avdelingene etter behov. De siste 4 årene (2007-2010) har den interne fordelingen av midler til BKM ligget stabilt på 35 427 178 kr totalt, hvor det kommunale tilskuddet utgjør 90% og det statlige 10% (Kunstmuseene i Bergen, 2007; 2008; 2009; 2010).

De kommunale bevilgningene til Bergen Kunstmuseum antas dermed å være ca. 32 millioner kroner i 2010.

4 Norsk kulturpolitikk

Hvordan et land har valgt å finansiere kultur er som nevnt et politisk spørsmål. Jeg vil derfor i denne delen peke på noen hovedelementer i den norske kulturpolitikken, der vi med Kulturløftet har hatt en voldsom opptrapping i kultursatsingen de siste årene. Dette har inkludert ambisiøse mål både for kulturlivet generelt og museene spesielt.

I 2003 kom Stortingsmelding nr. 48 "Kulturpolitikk fram mot 2014", som skulle danne utgangspunktet for prioriteringer og tiltak i det neste tiåret. Denne meldingen gir altså et bilde på hvordan kulturpolitikken i Norge ser ut i dag, og

er valgt ut som referanse. Stortingsmelding nr. 49: "Framtidas museum" som kom i 2009 vil bli brukt til å tydeliggjøre hvilken rolle museene er tenkt.

En av grunnene til den nye kultursatsingen, var at den forrige kulturpolitikken var utdatert. Før Stortingsmelding nr. 48 var den siste kulturmeldingen fra 1992 - noe som tilsier det var blitt gjort svært lite på det kulturpolitiske området det siste tiåret⁵. Fram til 2003 hadde kulturpolitikken vært knyttet til nasjonsbygging og en likhetsorientert velferdspolitik, men samfunnet har siden gjennomgått omfattende endringer, som økt globalisering og individualisering (St.meld. 48: 2.4.1). Den nye kulturpolitikken skulle derfor "...legge til rette for en utvikling av kulturen med utgangspunkt i det mangfoldet og den kompleksiteten som preger dagens kultursituasjon" (St.meld.48). Hovedmålene for den statlige kulturpolitikken kan deles inn i tre kategorier.

4.1.1 Kulturelt mangfold, nasjonal og internasjonalt.

Som følge av økt internasjonalisering er den norske kulturen mer presset, men fordelene norsk kulturliv kan få av et åpnere internasjonalt samfunn er også tydelige. Myndighetene vil styrke utveksling av samtidskunst mellom Norge og utlandet, samt legge til rette for nye kunstuttrykk og for å formidle kunst som også står utenfor den vestlige tradisjonen. I tillegg er det en satsing på at Norge skal bli mer synlig på den internasjonale arena, noe som vil bli en viktig forutsetning for kompetanse- og kvalitetsutvikling, samt nyskaping også i Norge.

4.1.2 Kunstnerisk fornyelse og kvalitet

Det blir presisert at det er viktig med en satsing på det nye, som kan fungere som en motvekt mot "den ensrettede kraften ulike kommersielle krefter i samfunnet kan representere" (St.meld.48). Museet skal også gå dypere inn i egen samtid og legge til rette for en formidling som engasjerer personer i dag. Museets rolle som aktiv samfunnsinstitusjon blir styrket. Det blir slått fast at et aktivt og engasjerende kulturliv er viktig både på individ- og samfunnsnivå, pga. dets funksjon som kilde til inspirasjon, kunnskap, og opplevelser.

⁵ En kulturmelding er en stortingsmelding som tar for seg et bredt spektrum av delområder innenfor kulturfeltet (Det kongelige kultur- og kirkedepartementet, 2003)

4.1.3 Bevaring og formidling av kulturarven

I forhold til bevaring og formidling av kulturarven har museene en særlig tydelig rolle. Hovedoppgavene til museene er i følge kulturmeldingen å "...samle inn, forvalte, forske i og formidle kunnskap om gjenstander og andre materielle vitnesbyrd, enten de kommer fra naturen eller er menneskeskapte" (St.meld.49). Sentrale prioriteringsområder innenfor museumspolitikken er derfor nå bygnings- og arenautvikling, digitalisering, samlingsutvikling og forskning, samlingsforvaltning, formidling og kommunikasjon, samt utvikling av museene som organisasjoner.

En del av kulturløftet var også en museumsreform, med hovedformål å skape sterkere museumsfaglige institusjoner, med en klarere profil som samfunnsaktører. Et virkemiddel for å oppnå dette var konsolidering av flere små museer til færre store institusjoner, som vi har sett var tilfellet også for Kunstmuseene i Bergen. For å nå de kulturpolitiske målene blir likevel de frie gruppene og tidsavgrensede prosjektene holdt fram som viktige, men de store institusjonene skal likevel være hjørnesteiner i gjennomføringen.

4.1.4 Finansiering

Det offentlige vil også framover ha hovedansvaret for finansiering av viktige deler av kulturlivet. Det er i hovedsak flertallet på venstresiden (AP, KrF, SP og SV) som mener at "markedet ikke er tilstrekkelig for å sikre kvalitet, nyskaping og mangfold innen kulturlivet" (St.meld.48). Likevel anerkjenner myndighetene at privat sektor må supplere for å få styrket effekt.

Det foreslås også i St.meld. nr. 48 at man burde prøve ut ulike modeller med gratis inngang, samt lage systematiske analyser og undersøkelser for å kartlegge erfaringene.

Metode

5 Økonomisk verdsetting

Økonomisk verdsetting av kulturen er verdifullt for å ha en effektiv kulturpolitikk, da man med kvantitative mål har bedre grunnlag for rasjonelle avveieringer om bruken av offentlige midler, og får en klarere offentlig debatt. Dette vil bli utdypet i denne delen av prosjektet. I tillegg vil jeg her gjennomgå hvordan man kan verdsette kulturgoder, og hvilke metoder jeg har brukt.

5.1 Hvorfor vi vil verdsette

Kostnader er ikke bare penger, men det er et uttrykk for ressurser som kunne blitt brukt på andre formål (Bateman et.al., 2002). Vi lever i et samfunn preget av knappe ressurser, og med mange konkurrerende formål som trenger dem. Når man setter disse opp mot hverandre og skal velge hvilke som skal få offentlig støtte, blir nødvendigheten av å ha et felles sammenlignbart mål tydelig. Det kan være vanskelig å velge mellom to viktige formål som skole og kultursatsing, men også innad i sektoren møter man samme avveiningsproblem (Ready & Navrud, 2002).

Innenfor kultursektoren kan dette gjelde avveininger mellom å gi mer til teater eller opera, vitenskaps- eller kunstmuseer. Spesielt betent blir dette spørsmålet når man begynner å snakke om høy- og lavkultur. Towse (2011) hevder at det før var mer enighet om å gi offentlig støtte til høykulturen, mens lavkulturen var overlatt til markedet, der den mer eller mindre klarte seg selv. I dag er det ikke lenger enighet om hva som er kultur i det hele tatt, og enda mindre om hvem som fortjener den offentlige støtten mest. Man trenger noen kriterium for å rangere og velge, som ikke er verdibaserte og kontroversielle (Bateman et.al., 2002).

Kvantitative mål, som monetære verdier, kan gi tall på nytten av ulike prosjekt, og dermed brukes til å sammenligne og ta sosialeffektive valg (Towse, 2011). Det britiske finansdepartementet anbefaler derfor at "hvor det er mulig skal gevinst

og risiko fra politikk verdsettes i monetære termer” (i Bateman et.al., 2002: 46). Departementet sier videre at goder som ikke omsettes i markedet, generelt er best regnet som personer sin betalingsvilje for marginale endringer i tilbud.

5.2 Verdsettingsmetoder

Det finnes flere måter å verdsette et gode på. Tradisjonelt sett vil økonomer foretrekke å stole på observerbar atferd, som å gå ut fra markedspriser. Det kan likevel argumenteres for at markedspriser i beste fall er en imperfekt indikator på en verdi, men ikke nødvendigvis et direkte mål.

Markedspriser reflekterer ikke alltid kjøperens sanne verdi for et gode, da den totale økonomiske verdien en konsument får av et gode er definert som den største sum penger konsumenten er villig til å betale for det (Ready & Navrud, 2002). I et marked har man vanligvis to parter som kjøper og selger et gode for en fastsatt pris. Velger konsumenten å kjøpe varen for den gitte prisen, betyr det at den er verd minst så mye som det han betaler for det. Godet kan likevel være mer verd enn prisen, og da har konsumenten et konsumentoverskudd. På samme måte kan godet være mindre verd en prisen om han velger å ikke kjøpe det.

Siden kulturgoder sjelden blir handlet i markedet har man ingen pris å observere (Ready & Navrud, 2002). Derfor har man utviklet alternative metoder som kan gi estimerer på verdien. Man kaller disse metodene ikke-markedsverdsetting, og de kan deles opp i to hovedgrupper; avslørte og uttalte preferanser. Av teknikker for avslørte preferanser er det hedonisk prising og reisekostnadsmetoden som har fått mest omtale i litteraturen om verdsetting av kulturgoder (Ready & Navrud, 2002). Blant metodene for uttalte preferanser, skiller betinget verdsettingsmetoden seg ut.

5.2.1 Hedonisk prising

For å bruke hedonisk prising som metode, må man ha en situasjon hvor kjøp av et markedsgode inkluderer muligheten for å nyte et gitt nivå av et ikke-markedsgode. Siden kan man analysere prisforskjellen mellom de to, og finne den indirekte verdien for godet.

Et relevant markedsgode for å valuere et kulturgode som BKM, er eiendom (Ready & Navrud, 2002). Her kunne man ha samlet inn informasjon om forskjellige eiendommers fysiske karakteristika (størrelse, alder m.m.), omgivelser (nærhet til butikk, skole m.m.), samt *nærhet til museet*. En konsument vil velge den eiendommen som maksimerer hans nytte, og avveier ved sitt kjøp hva som er viktig for han. Det han vil betale ekstra for å være nært BKM, representerer hans verdsetting av det.

Det virker likevel svært ulogisk at en slik forskjell skulle finnes i dette tilfellet. For det første ligger BKM ikke bare nært andre kulturattraksjoner som Grieghallen, men også alt annet i Bergen sentrum som kafeer og butikker. Det en person betaler ekstra for å bo nært museet kan derfor like godt være en verdi for å bo nært sentrum, og det er umulig å skille ut hva det er personen betaler ekstra for. For det andre er det ikke alltid de som bor nærmest som tillegger museet størst verdi, og i alle tilfeller må det anses for å være en svært liten del av den totale verdien. Metoden virker uegnet til mitt formål, og det er heller ikke noen eksempler i litteraturen hvor den har blitt brukt på å verdsette kulturarv (Ready og Navrud, 2002).

5.2.2 Reisekostnadsmetoden

Med reisekostnadsmetoden definerer man godet som et besøk til en attraksjon som den besøkende kjøper (Ready & Navrud, 2002). For BKM vil et slikt besøk inkludere kostnader for all reise fra hjemmet til museet, og tilbake (inkludert alternativkostnader for oppbrukt tid).

Det er mange motforestillinger mot denne metoden. For det første kan den kun brukes i situasjoner hvor kulturminnet er eneste grunn for å reise til et sted. Det er tilnærmet umulig å skille ut de som reiser til Bergen for å gå på kunstmuseum, og de som også har andre ærend i byen. Det er også problematisk å skille ulik verdsettelse innenfor lokale grenser, da man ofte bruker offentlig transport, og reisekostnaden innenfor visse soner er den samme uavhengig av avstand. Det kan også ofte være at de som tillegger BKM mest verdi, også bosetter seg nær det

og reisekostnaden blir nær null. Til slutt skal det også nevnes at det å estimere alternativkostnad for tid blir ansett som problematisk (Ready & Navrud, 2002).

5.2.3 Betinget verdsetting (Contingent Valuation)

Betinget verdsettingsmetoden (heretter CV-metoden) og varianter av denne er den absolutt mest brukte metoden for å verdsette kulturgoder (Ready og Navrud, 2002). Med CV-metoden ber man individer om å forestille seg en hypotetisk situasjon, hvor man beskriver godet, betalingsmetode, og andre relevante karakteristika, som til slutt fremkaller en monetær verdi. Man spør om individets totale betalingsvilje for dette godet, og fanger dermed opp mer enn bare markedsprisen. Fordi man også har tilgang til å spørre flere enn konsumentene av godet, er metoden den eneste som fanger opp både bruker- og ikke-brukerverdier.

CV-metoden har, i likhet med de andre metodene, likevel blitt kritisert gjennom tidene. Det blir bl.a. argumentert for at respondenter gir svar som er inkonsistente med prinsippene for rasjonelle valg, at de ikke forstår hva de blir spurt om å verdsette, og at de ikke tar CV- undersøkelser seriøst fordi utfallet av dem likevel ikke er bindende (Arrow et.al., 1993). Med dette som bakgrunn ble det satt ned en komite for å lage retningslinjer for metoden, med mål om at CV-metoden skulle gi bedre og mer robuste resultater, med minst mulig feilkilder. Resultatet ble NOAA rapporten.

5.2.3.1 NOAA- Rapporten

NOAA panelet, med nobelprisvinnerne Arrow og Sollow i spissen, skulle mer presist utlede om CV-metoden var egnet til å finne pålitelige estimater for ikke-bruker- og eksistensverdier som skulle brukes i erstatningssaker etter miljøskader. Panelet mener at kritikken mot CV-resultatene til en viss grad er berettiget; resultatene er variable, sensitive for detaljer i spørreundersøkelsen, og sårbare for bias. Likevel konkluderer de med at under de forutsetningene som panelet setter, gir en CV- undersøkelse anvendelig og pålitelig informasjon (Arrow et.al., 1993).

På grunn av at BKM er et kulturgode, vil ikke denne undersøkelsen følge alle NOAA- panelets anbefalinger. Som nevnt ble NOAA- rapporten utviklet med tanke på miljøgoder, som på flere punkter skiller seg fra goder som dette. Ettersom rapporten også var utviklet for å gi estimater på skade- erstatninger, fører anbefalingene til svært konservative mål, som ikke nødvendigvis er det mest riktige. De retningslinjene som likevel kan overføres til kultursektoren vil bli referert til der det er hensiktsmessig i dette prosjektet.

Siden rapporten kom, har forskning på, og verdsetting av kulturgoder vokst betraktelig. Litteraturen om CV-undersøkelser har blitt større og erfaringene flere. Det har også gjort metoden mer pålitelig og enklere å bruke også på disse godene. I den grad man har prøvd å kartlegge om CV-metoden gir valide resultater, er bevisene noe blandet (Ready & Navrud, 2002). Noen studier viser store forskjeller mellom oppgitte preferanser og faktisk atferd, mens andre viser konvergens. Noen får sprikende resultater mellom bruk av forskjellig metode, mens andre gjør det motsatte. Konklusjonen er likevel at "...CVM can be done poorly, and give poor results, but can also be done well, giving reliable results" (Ready & Navrud, 2002: 25).

5.3 Nytte-kostnadsanalyse

En nytte-kostnadsanalyse har til hensikt å systematisere informasjon om virkninger av et bestemt tiltak (Finans- og tolldepartementet, 1997). Her tar man med alt som representerer både samfunnsøkonomisk nytte og kostnader, og alt oppgis i en felles verdi (monetære verdier) for å få et reelt sammenligningsgrunnlag. Med en nytte-kostnadsanalyse vil man også ha grunnlag for å beregne det velferdsmaksimerende nivået av et gode (jfr. Pigoviansk velferdsøkonomi).

En nytte-kostnadsanalyse har dermed samme formål som en CV-studie, og den kan også ofte være et godt alternativ til denne. CV-studien kan i noen tilfeller også opptre som en del av nytte- kostnadsanalysen. Hovedprinsippet for verdsetting som vanligvis brukes i nytte- kostnadsanalyser er nemlig at

”kroneverdien av en konsekvens skal settes lik det befolkningen er villig til å betale for å oppnå den”(Finans- og tolldepartementet, 1997).

Hvis noe er samfunnsøkonomisk lønnsomt i en nytte-kostnadsanalyse betyr det at befolkningen til sammen er villig til å betale minst så mye som tiltaket faktisk koster. Er gevinstene størst, er investeringen samfunnsøkonomisk lønnsom. Dette følger også av Hicks-Kaldor kriteriet som har blitt omtalt tidligere.

Med betinget verdsetningsmetoden kommer jeg fram til et mål på samlet betalingsvilje eller nytte i samfunnet for BKM. Dermed er det i utgangspunktet mulig å finne ut om museet også gir samfunnsøkonomisk nettonytte. Å gjennomføre en full nytte- kostnadsanalyse ville likevel bli for omfangsrikt i denne oppgaven, og derfor vil ikke alle nytte- og kostnadselementer kunne bli tatt med. Det vil likevel bli gjennomført en enkel analyse, der befolkningens samlede betalingsvilje (nytte) blir sammenlignet med de offentlige bevilgningene (kostnader).

5.4 Kan man fange opp hele verdien av et kulturgode?

Betinget verdsetningsmetode blir brukt i de aller fleste studier som omhandler verdsetting av kulturgode, fordi det hevdes at metoden fanger opp den totale verdien. Throsby (2001) er likevel blant dem som argumenterer for at det også finnes en kulturell verdi som ikke blir medberegnet, og at man må finne andre enheter for hvordan denne kan måles.

Throsby forklarer dette ved at verdien er *iboende*, og dermed også er uavhengig av et individs preferanser. Videre mener han at individene ikke vet nok om kulturgoder til å kunne verdsette dem, og at noen karakteristika uansett ikke kan uttrykkes i preferanser. Noen karakteristika kan heller ikke oversettes i økonomiske termer. Når et kulturgode er kollektivt i karakter (som følelsen av samhold i en teatersal), kan det heller ikke uttrykkes i individuell BV. Throsby foreslår også andre metoder for å verdsette kulturelle verdier på, ved å bruke verktøy fra andre fag, som kontekstuell-, innholds-, og ekspertanalyser.

Andre økonomiske verdier, som eksternaliteter, og instrumentelle verdier, har vi etablerte kvantitative mål for, som monetære verdier, sysselsetting, konsumenter osv. Det er likevel noen konseptuelle vanskeligheter med å fange opp eksternaliteter som for eksempel økt sysselsetting og inntekt i nærmiljøet, og hvor mye som tilskrives kulturgodet. Fokuserer man for mye på den instrumentelle delen glemmer man videre hvorfor kunsten ble til i det hele tatt. Andre institusjoner kan skape mer verdier enn kulturinstitusjoner, men det er heller ikke poenget til kunsten.

Dette prosjektet tar bare sikte på å måle bruker- og ikke brukerverdier i monetære termer. Jeg antar at disse verdiene inkluderer noe indirekte verdsetting også av andre verdier, fordi respondentene til en viss grad vil ta hensyn også til godets indre eller kulturelle verdier. Jeg anerkjenner likevel, på bakgrunn av det som er gjennomgått her, at de ikke kan representere den fullstendige verdien.

6 Spørreundersøkelser

De fleste fagpersonene er enig i at utforming av spørreundersøkelsen er nøkkelen til en god CV- studie. Derfor vil det i denne delen av oppgaven vies sjenerøs plass til teori rundt utforming av undersøkelsen, samt til hvordan jeg har løst oppgaven i forhold til dette prosjektet. Jeg vil også gå gjennom noen av de mulige biasene som kan oppstå i denne typen undersøkelser. Det endelige spørreskjemaet finnes i vedlegget.

6.1 Designe et spørreskjema- "The Tailored Design Method"

Dillmann et.al. (2009) har utviklet metoden "the Tailored Design Method" (TDM), som skal kunne brukes på alle typer spørreundersøkelser. Den består av en rekke elementer som skal heve undersøkelsens kvalitet, ved å få flere respondenter og mer tilfeldighet i utvalget.

Metoden bygger på en antagelse om at respondenter ikke primært svarer på undersøkelser pga. personlig økonomisk vinning, men av sosialt utbytte; som å bidra til samfunnsdebatt, forskning og utvikling (Dillman et al., 2009). Det betyr

at respondentene mener de vil få noe igjen for å svare, uten å vite eksakt hva eller når de får det (og samtidig at dette overgår kostnaden). Et godt designet spørreskjema søker derfor å motivere respondenter til å svare, ved å: 1) øke gevinsten ved å delta, 2) senke kostnadene ved å delta, og 3) øke tillit til intervjuer.

Måter å øke gevinsten ved å delta på, er å gi informasjon om undersøkelsen, fortelle hva resultatene skal brukes til og hvorfor det er viktig at de er med. Den øker også ved å vise takknemlighet, og gi svaralternativer for å gjøre det enklere å svare (Dillman et al., 2009). Disse rådene følges i min undersøkelse ved at jeg først forteller om hensikten til undersøkelsen, og siden understreker at respondentenes meninger er viktige.

Å lage spørreskjemaet kort, enkelt, og minst mulig sensitivt, reduserer kostnadene. Jeg har kun med de mest nødvendige spørsmålene, og disse er gjort så korte og enkle som mulig. Respondentene får ingen økonomisk kompensasjon. Erfaringene fra analysebyrået brukt for denne undersøkelsen, Respons Analyse, bekrefter at dette har vist seg å gi de mest oppriktige og komplette tilbakemeldingene.

Til slutt har jeg også vektlagt å heve tilliten til undersøkelsen. Dette gjør jeg ved å understreke at det ikke er museet eller kommunen som står bak den, men at det er på eget initiativ, og at den er et ledd i utdannelsen min ved NHH. I tillegg informerer jeg om at svarene vil bli behandlet konfidensielt.

6.2 Designe et CV- spørreskjema

CV- spørreskjema skiller seg fra andre undersøkelser ved at de er ute etter *individuelle preferanser i monetære termer for forandringer i kvantitet eller kvalitet av et gode som ikke omsettes i markedet* (Bateman, 2002). Det blir dermed viktig med detaljerte og gjennomtenkte beskrivelser slik at respondenten forstår hva det er han hypotetisk sett deltar i. Dette gjelder særlig for selve godet, da respondenter kan ha varierende kjennskap til det. Det gjelder

også betalingsmetoden og måten man fremkaller verdien på (Ready&Navrud, 2002).

I følge Bateman et.al (2002) kan man dele prosessen med design av spørreskjemaet for CV- undersøkelsen opp i tre deler: formulering av verdsettingsproblemet, tilleggsspørsmål og pre- testing.

6.2.1 Formulering av verdsettingsproblemet

Det første handler om å skape en situasjon (scenario) som er så plausibel, meningsfull og forståelig som mulig, slik at respondentene er i stand til å gi godet en verdi.

6.2.1.1 Godet, endringen og effekten

Ved definering av godet påpeker Navrud&Ready (2002) at det sjelden er vellykket å betrakte godet som det fysiske godet i seg selv, men heller som en endring i dets karakteristika som f.eks. utseende, autensitet og tilgjengelighet. Det forklares ved at individers verdsettelse av et gode har en nyttefunksjon som er representert ved inntekt/velferd og et gitt nivå av kulturminnet, og som dermed må kunne varieres. Maksimering av nyttefunksjonen vil innebære et høyere nivå av kulturminnet, men samtidig oppgivelse av noe inntekt/velferd - som er lik BV.

NOAA- panelet anbefaler også omfattende beskrivelse av godet som skal verdsettes, samt endringen og effekter av denne. I den aktuelle situasjonen med BKM som gode er likevel situasjonen langt mindre komplisert enn det som er grunnlaget for NOAA- rapporten. I dette tilfeller er det en avveining mellom å få med de vesentlige detaljene, og samtidig ikke gjøre spørreskjemaet for langt. De viktigste punktene i forhold til BKM er hva museet består av, hva innholdet i bygningene er, og hva de kan tilby. Jeg har også inkludert bilder og kart over museet som indikerer hvilke tre bygg det er snakk om.

Panelet peker også på viktigheten av å minne om substitutter. Av plasshensyn blir det ikke gjort eksplisitt her, men implisitt gjennom de andre spørsmålene.

Eksempelvis ber jeg respondentene rangere viktigheten av andre offentlige utgiftsposter, og spør dem om de benytter seg av andre kulturtilbud.

Den foreslåtte endringen i situasjonen er at det beskrevne godet *ikke lenger skal finnes*. Det er altså en opprettholdelse av status quo, som respondentene er har/ ikke har BV for. Å forestille seg at de offentlige midlene blir mindre, og at skattebetalerne må kompensere for dette, er hendelser som virker plausible.

6.2.1.2 Betalingsmetode

Det er viktig at det konstruerte hypotetiske markedet framstår som virkelighetsnært og troverdig, hvor endringen faktisk kan gjennomføres politisk og teknisk. Dette er for å unngå såkalte protestbud; når en respondent oppgir null i BV for et gode når det egentlig er situasjonen han er mot, og *ikke nødvendigvis er negativ til godet*. Det er også for å få en mest mulig sannferdig BV, da denne påvirkes av respondentenes holdning både til institusjonen, til betalingen og til rettferdighet (Bateman, 2002).

Betalingsmetoden skal være så lik som mulig den som ville bli brukt i virkeligheten. Hva den mest virkelighetsnære metoden er, kommer an på situasjonene, og det er det flere element som spiller inn.

6.2.1.2.1 Betalingsvilje eller kompensasjonskrav?

For å finne verdien til et gode, har jeg hittil kun snakket om å finne betalingsviljen (heretter BV). I betinget verdsettingsstudier kan man imidlertid også spørre om et kompensasjonskrav (KK). De to alternativene sammenfaller med den neoklassisistiske måten å definere verdi på; enten kan det være mengden penger en potensiell konsument er villig til å betale for et gode, eller så er det den mengden en eier er villig til å motta for å gi det fra seg (Ready & Navrud, 2002). Man kan videre kombinere BV og KK på fire forskjellige måter: Man kan enten spørre om BV for å oppnå en fordel, eller for å unngå et tap. Alternativt kan man spørre om KK for å oppgi en fordel, eller for å akseptere et tap (Finans- og tolldepartementet, 1997).

En sentral faktor i valget mellom BV eller KK innebærer en vurdering av eiendomsretten (Finans- og tolldepartementet, 1997). Dersom man mener en person har rett til ikke å bli utsatt for en forverring, eller om man finner det riktig at personen selv bør betale, skal man spørre om hhv. KK og BV. Bateman et.al. (2002) viser til et mer generelt grunnlag, der vinninger (endringer som er mer ønsket enn utgangspunktet) bør bli målt med BV, og tap (endringer som er mindre ønsket enn utgangspunktet) bør bli målt med KK.

Det meste av forskningen viser likevel til flere problemer ved bruk av KK (Finans- og tolldepartementet, 1997). For det første er det et vanskeligere spørsmål og få gode svar, da de ofte blir av typen "uendelig mye", eller det blir oppgitt store beløp, og flere svarer ikke i det hele tatt. Gjennomsnittlig KK blir gjennomgående overvurdert, ofte flere ganger høyere enn gjennomsnittlig BV. Med NOAA-rapporten som utgangspunkt og anbefalinger om å bruke konservative anslag, er det BV som i denne situasjonen blir ansett som det beste alternativet.

6.2.1.2.2 Donasjoner vs. skatt

Betalingsmetoden i dette tilfellet er økt kommuneskatt, da dette er det som ligger nærmest virkeligheten. Siden alle innbyggerne i Bergen må betale denne skatten, unngår jeg også gratispassasjerproblemer⁶. Jeg risikerer likevel da å treffe respondenter som er negative til skatteøkninger (selv om de ikke nødvendigvis er negative til museet), og jeg ekskluderer de gruppene som av ulike grunner ikke betaler kommuneskatt.

6.2.1.2.3 Individuell betaling vs. husstandens

Jeg spør ikke om respondentens individuelle BV, men om husstandens. Det er vist at for noen tilfeller av altruisme vil summen av individers BV i en husholdning ikke være det samme som for en husholdning sett under ett (Quiggin, 1997). Dette er fordi man tar altruistiske hensyn for andre; vi handler på vegne av vår familie (og venner). Siden altruistiske verdier er en stor del av ikke- bruker verdiene, er dette særlig relevant her. Individuell BV vil dermed være med å overestimere gjennomsnittlig BV.

⁶ En gratispassasjer (eller en free-rider) er noen som konsumerer et gode uten å betale for det, eller betaler mindre enn fullpris.

6.2.1.2.4 Periodiske betalinger

Flere periodiske betalinger resulterer et høyere estimat på BV (Navrud&Ready, 2002). Hvis alle respondentene var rasjonelle burde oppgitt BV som månedlige beløp samsvare med nåverdien av et beløp de betaler årlig. Da dette viser seg ikke å være tilfellet, velger jeg derfor det mer konservative estimatet som er en årlig betaling.

6.2.1.3 Fremkallingsmetode

For å fremkalle de monetære verdiene finnes det flere metoder som på ulikt vis skal komme frem til den mest riktige. Man kan spørre respondentene direkte om hva de er villige til å betale og få full informasjon om BV (open ended method), men svarene bærer da gjerne preg av stor variasjon. NOAA panelet anbefaler referendumformat og spesielt metoden "dichotomous choice". Senere har Bateman et.al. (2002) i tillegg anbefalt "payment cards".

Med "dichotomous choice" sier respondentene ja eller nei til om de er villige til å betale et foreslått beløp for et gode (Bateman, 2002). Metoden forenkler respondentenes oppgave, ved at måten de må ta stilling til spørsmålet på ligner hverdagslige situasjoner. Den skal også være den mest insentivkompatible, altså at den gir størst insentiv for å være ærlig. Dette gjør at den minimerer ikke-svarprosenten og antall "ekstrem svar" (f.eks. veldig høye bud). Likevel får man svært begrenset informasjon fra metoden, det vises til gjennomgående høyere svarverdier, og det er også fare for forankringsbias.

Med metoden "payment cards" presenterer man flere monetære verdier samtidig, og respondenten skal så krysse av ved den verdien som best representerer hans maksimale BV (Bateman, 2002). Dette er metoden jeg har valgt for denne oppgaven. I likhet med "dichotomous choice" gir det en kontekst som gjør det enklere for respondenten å sette en verdi, og man reduserer antall ekstrem svar. I tillegg reduserer man forankringsbias ved at flere verdier blir presentert samtidig. Ulemper med metoden er likevel at det kan oppstå bias i forhold til hvilke alternativer man oppgir, og plasseringen av dem.

Jeg gir til slutt mulighet for å svare “vet ikke” på spørsmålet, slik at ingen blir presset til å oppgi BV sin. Dette fordi NOAA-panelet påpeker at press kan føre til feil estimater.

6.2.2 Tilleggsspørsmål

Etter verdsettingsspørsmålet inkluderer jeg en rekke oppfølgingsspørsmål der respondentene skal utdype hvorfor de vil betale null/et positivt beløp/“vet ikke”. Dette er for å luke ut protestsvar, warm-glow-svar⁷ og oppdage bias, og er også etter NOAA- panelet sine anbefalinger.

I begynnelsen av spørreskjemaet har jeg holdnings- og bruksspørsmål, som også gir meg kvalitativ informasjon om hvorfor respondenten svarer som han gjør og om det er konsistent med det han senere svarer. I tillegg setter det respondenten inn i problemstillinger, han må reflektere over sine preferanser og det gir han informasjon til bedre å kunne oppgi sin BV.

Jeg er også interessert i å vite noe rundt demografien til mine respondenter, både for å sikre representativitet, men også for å se om det er noen sammenhenger mellom noen grupper og deres BV. Karakteristikaene jeg har valgt å studere nærmere er alder, kjønn, antall barn, yrke, utdanning, sentrumsnærhet, sammenheng med bruk av andre kulturtilbud i Bergen og andre steder, og til slutt inntekt.

Strukturen av spørreskjemaet er til sist også et viktig element. Bateman et.al. (2002) påpeker at spørsmål stilt tidlig i undersøkelsen kan påvirke senere svar, samt motivere/demotivere til å fullføre undersøkelsen. De har derfor satt opp en anbefalt rekkefølge, som blir fulgt i min undersøkelse. Den begynner med spørsmål som omhandler holdning/atferd/livsstil, bruk og tilfredshet som setter respondenter i bedre situasjon til å verdsette senere, samt er motiverende fordi de er relativt enkle. Så kommer verdsettingen med oppfølgingsspørsmål, før demografiske og sosioøkonomiske spørsmål (som kan oppfattes som mer sensitive) kommer til slutt.

⁷ Når en respondent svarer et positivt beløp, som reflekterer verdsettelsen av den symbolske verdien, og ikke nødvendigvis det spesifikke godet. Utdypes senere i oppgaven

6.2.3 Pre- testing

Både NOAA- panelet og Bateman et.al (2002) understreker viktigheten av å prøve ut spørreskjemaet på et mindre utvalg først, for å identifisere og korrigere for potensielle problem. Det fins flere måter å gjøre dette på, som inkluderer bl.a. fokusgrupper, verbale protokoller, en til en intervju og pilotundersøkelser. De krever ulik mengde ressurser i form av tid og penger (Bateman et.al., 2002).

Jeg har brukt en pilotundersøkelse i kombinasjon med en variant av "en- til- en" intervju. Spørreskjemaet ble sendt ut til en gruppe på totalt ni personer med ulik bakgrunn, posisjon og alder; det var både studenter og personer i arbeid, fra ulike studieretninger og yrker. I tillegg fikk jeg personlige kommentarer fra interessenter, fagpersoner og eksperter.

Både det testrespondentene fylte ut, og kommentarene deres, hjalp meg til å få bedre innsikt i undersøkelsen, slik at spørsmålene ble mer presise, svaralternativene riktigere, og ordlyden bedre. For å få enda flere og bedre tilbakemeldinger kunne pretestgruppen vært noe større, og jeg kunne ha gått dypere inn i tilbakemeldingene ved f.eks. å intervju alle personlig etterpå. Dette ble likevel for ressurskrevende for denne oppgaven.

6.3 Datainnsamling

Når spørreskjemaet er klart, gjenstår også en rekke beslutninger i forhold til hvordan og fra hvem man skal samle inn data.

6.3.1 Populasjon

Først må populasjonen, dvs. målgruppen for undersøkelsen, defineres. Det er de som mottar gevinster og kostnader av godet (Bateman, 2002). Her er det vanlig å bruke geografisk avgrensning.

Den relevante populasjonen i dette tilfellet er innbyggerne i Bergen kommune. Det er bergensere som er potensielle faste brukere, det er de som kan se det hver dag, og det er de som er mest bevisst på hva museet gjør for byen. I tillegg er det bergensere som betaler kommuneskatt til Bergen.

Det er likevel noen problemer knyttet til avgrensingen. Ved å velge en populasjon med folkeregistrert adresse i Bergen, setter jeg BV til alle andre grupper lik null. Det vil si at jeg ekskluderer ikke bare resten av befolkningen i verden og i Norge, men også andre som f.eks. studenter, som fortsatt er registrert i sin hjemkommune. En grundigere diskusjon av konsekvensene av dette kommer under presentasjon av resultater.

6.3.2 Utvalg

Siden man vanligvis ikke kan intervjuer alle i den aktuelle populasjonen, velger man et utvalg. Utvalget bør være tilfeldig og representativt, og samtidig så stort at det kan vise presise estimater (Bateman, 2002). At et utvalg er tilfeldig vil si at alle i populasjonen har en gitt lik sannsynlighet for å bli valgt. Det betyr videre at man kan konkludere og generalisere for hele populasjonen. Et representativt utvalg betyr at det er trukket proporsjonalt med hensyn til ulike variabler som kjønn, geografi, alder osv., slik at man minimerer mulige biaser. Å oppfylle kravene om tilfeldighet, representativitet og størrelse handler i siste omgang likevel ofte om en avveining mellom bl.a. tid, kostnader og logistikk, samt kvalitets- og hensyn til pålitelighet (Bateman, 2002).

Dess større utvalget er, dess mer presise estimater kan man forvente å få (Bateman, 2002). Den nødvendige størrelsen kommer an på varians i populasjonen, hvor mye presisjon man trenger i estimatene og den minste subgruppen innen utvalget. Utvalgsstørrelsen her er satt til 300 respondenter. Det var det høyeste antallet jeg kunne få, gitt mine ressurser. Likevel er dette i utgangspunktet regnet for å være et tilstrekkelig utvalg for å få signifikante resultater, for en by på størrelse med Bergen. Jeg vil senere sjekke utvalgets representativitet ved å sammenligne karakteristika med tall fra Statistisk Sentralbyrå (SSB).

6.3.3 Datainnsamlingsmetode

De mest brukte datainnsamlingsmetodene er internett, post, telefon, og ansikt til ansikt intervjuer (Bateman, 2002). Dess mindre kontakt med intervjuobjektet - dess lavere svarprosent får man, men man unngår samtidig at intervjuer

påvirker respondenters svar. I tillegg er det store forskjeller i pris, tid, data-kvalitet, utvalgskontroll og kompleksitet mellom de forskjellige alternativene.

Det billigste og enkleste er å bruke internettundersøkelser, der dataene blir plottet rett inn, marginalkostnaden er tilnærmet lik null, man oppnår anonymitet og unngår statistiske feller som utvalgsbias og dekningsfeil (Bateman, 2002). Ulempene kan være biasen man likevel kan få ved at ikke alle er like komfortabel med datateknologien, og heller ikke alle har tilgang til internett. I tillegg er det et økende problem at man mottar svært mange slike undersøkelser pr. epost i dag, og derfor blir det mer utfordrende og få personer til å svare.

NOAA- panelet (Arrow et.al. 1993) anbefaler ansikt til ansikt intervjuer fremfor telefon, som igjen er å foretrekke foran internett og brevundersøkelser. Mange forskere har likevel vært uenig i dette. En av de som argumenterte for at NOAA-panelet sine anbefalinger var for konservative var professor Dillman, som er internett og post-undersøkelsens forsvarer. De krever mindre ressurser og er åpenbart mer overkommelige å få til.

I denne undersøkelsen ble hensynet til kostnader og tid avgjørende for valg av datainnsamlingsmetode. Ansikt til ansikt intervjuer ble for ressurskrevende. Videre ble telefonintervjuer for kostbare, og postal undersøkelser for tidkrevende (3 uker jfr. TDM). Den beste løsningen ble internettundersøkelse gjennom et analysebyrå (Respons Analyse), som også besitter epostlister med representative utvalg.

6.4 De ulike biasene i undersøkelsen

Det er flere biaser som kan forekomme i denne typen undersøkelser, og noen har jeg allerede vært inne på. Her vil jeg gjennomgå de som jeg anser for å være de mest relevante og viktige mer grundig, samt hvordan de vil påvirke den aktuelle studien.

Den strategiske biasen er kanskje den mest omdiskuterte av forskerne. Denne kan forekomme hvis respondentene tror de kan oppnå en fordel ved å svare

mer/mindre. Respondenter i en CV-undersøkelse vil dermed ha anledning til strategisk atferd; å ikke svare riktig med hensikt (Hansen, 1996). Denne type bias kan potensielt finnes i min undersøkelse. Brukerne av BKM har insentiv til å overvurdere sin BV, siden godet vil bli tilbudt uansett, og det ikke vil bli krevd at de betaler det de oppgir. Det er også en overvekt av brukere i dette utvalget, som gjør den strategiske biasen enda mer gjeldende. Ikke-brukerne har derimot insentiver til det motsatte, og vil i noen grad utjevne den potensielle bruker-effekten.

Forankringsbias oppstår når respondenten blir påvirket av startverdier i svaralternativer, eller ved den informasjonen som blir gitt (Hansen, 1996). I denne undersøkelsen er dette som nevnt mest kritisk rundt verdsettingsspørsmålet. Ved å bruke "payment cards" der alle alternativer presenteres samtidig, unngår jeg til en viss grad dette. Det kan imidlertid oppstå en viss bias på grunn av alternativene jeg har valgt ut, og plasseringen av dem.

Informasjonsbias kan forekomme hvis informasjonsmengden ikke er optimal. I en betinget verdsettingsstudie gjort av Hansen (1996), ble det gitt ulik informasjon til to forskjellige grupper. Til den ene ble det oppgitt hva populasjonen virkelig betalte for godet på det daværende tidspunktet, og til den andre ikke. Svarene ble svært forskjellige, noe som tyder på at det er en fare for bias også ved å gi for *mye* informasjon. Jeg har derfor forsøkt å finne en balanse mellom for mye/lite informasjon. Jeg har derimot ikke delt opp utvalget, og har derfor ingen måte å teste effekten av informasjonsmengden på.

Behagelsebias er når respondenten oppgir feil svar fordi han vil behage intervjuer, og oppgi det han tror intervjuer vil høre. Dette mener jeg i mindre grad finnes her, da det ikke er noen fysisk intervjuer (web-basert). Denne type bias kan også slå ut i form av at personer ønsker å oppfattes som mer kulturelle enn de er. Ettersom det kan tyde på at respondentene i denne undersøkelsen har

”overrapportert om ønskelig atferd”⁸, kan det kan det godt tenkes at det finnes noe behagelsebias.

Viktighetsbias oppstår hvis godet, på bakgrunn av at undersøkelsen i det hele tatt er satt i gang, oppfattes som mer viktig og verdifullt enn det egentlig er. Det kan igjen overvurdere verdien. Siden det blir presisert at dette er for en uavhengig masteroppgave, tror jeg likevel ikke denne er fremtredende her.

Feilspesifikasjon av godet kan føre til bias hvis godet ikke blir oppfattet slik det var tenkt. I denne konteksten kunne det bety at ikke-brukere vil betale for den symbolske verdien av museet, eller for kultur generelt, heller enn spesifikt BKM. Dette vil være warm-glow-svar, som oppfølgingsspørsmålene skal fange opp, og som har blitt behandlet på forskjellige måter i resultatdelen.

Selvseleksjonsbias kan forekomme når de som har en interesse for godet, og ofte en høyere BV for det, også er de som svarer (Mitchell&Carson, 1989). Det kan være med å overestimere BV. Det er da viktig å kontrollere representativiteten i utvalget, noe som vil bli gjort senere i oppgaven.

7 Analyse av datamateriale

Når dataene fra spørreundersøkelsen foreligger, vil de bli behandlet ved hjelp av regresjonsanalyse. I en slik analyse vurderes det om uavhengige variabler kan forklare den avhengige variabelen; eller i dette tilfellet hvilke variabler som i størst grad påvirker bergenseres betalingsvilje for BKM. Til dette kan man bruke ulike modeller.

7.1 Forklaringsvariabler og modellkonstruksjon

Ut fra forventinger om hvilken effekt variablene har, kan man utvikle et sett med hypoteser. Nullhypotesen i regresjonsanalysen er at variablene er lik null, og dermed ikke har noen forklaringskraft. For å finne ut om hypotesen kan

⁸ Ved at antall brukere og totalt besøk i utvalget ikke tilsvarer faktisk antall brukere og antall solgte billetter

forkastes, benyttes t-tester. En variabel har signifikant forklaringskraft hvis t-testen viser at den er signifikant forskjellig fra null, ved et gitt signifikansnivå.

Det valgte signifikansnivået bestemmer ønskelig presisjonsnivå for variabelen. Det vil si at med et signifikansnivå på 5%, kan vi med 95% sikkerhet si at variabelen er signifikant forskjellig fra null, og altså har en effekt. Mitchell & Carson (1989) sier at ved behandling av tversnittdata i en verdsettingsstudie vil det være tilfredsstillende med et signifikansnivå på 5% eller 10%.

Forklaringsvariablene er mange, men litteraturen om kulturgoder fokuserer i hovedsak på sosioøkonomiske variabler som viser seg å ha de mest signifikante effektene, og da spesielt inntekt og utdanning (eksempelvis Frey & Pommerehne, 1989, Santagata & Signorello, 2000). En annen gruppe forklaringsvariabler er en persons kulturelle preferanser, f.eks. bruk av andre kulturelle goder. En siste gruppe referer til respondentens holdninger, kjennskap til og bruk av museet. Modellen som er konstruert for å forklare betalingsviljen for opprettholdelse av dagens nivå ved BKM, er definert slik:

Ligning 1: Modell for betalingsviljen

$$BV_i = \alpha_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j S_{j,i} + \delta K_{1,i} + \lambda K_{2,i} + \gamma B_i + \mu_i$$

$i = 1, \dots, N$, hvor N er antall svar (observasjoner)

BV_i = betalingsviljen for BKM

α = konstantledd

β , δ , λ og γ = regresjonskoeffisienter

B_i = dummyvariabel som forteller om respondenten er bruker av BKM

$K_{1,i}$ = indikator på individets kulturelle preferanser i Bergen

$K_{2,i}$ = indikator på individets kulturelle preferanser ute

$S_{j,i}$ = sosioøkonomiske karakteristika ($j=1-k$): husstandens inntekt, sentrum, kjønn, alder, utdanning, barn og yrke (ansatt i kultursektor, ansatt i privatsektor, ansatt i offentlig sektor, student eller trygdet).

μ_i = feilleddet for hver observasjon, i

I neste kapittel vil jeg gå mer i detalj på hva disse variablene representerer, og hvilket fortegn som er forventet. Tabell 9 viser en oversikt over hvordan variablene er definert.

7.2 Modeller

Jeg vil fokusere min analyse på OLS- og Logit- modeller, som jeg vil forklare nærmere her. Av hensyn til undersøkelsens pålitelighet, men uten noe videre tolkning, vil jeg til slutt sammenligne resultatene med andre modeller. Jeg vil derfor også kort gjennomgå noen hovedtrekk ved Probit-, Tobit- og Poisson-modellene. Estimatene kan ikke sammenlignes direkte, men jeg vil se på forskjeller i fortegn og signifikans. Teorien baserer seg på Wooldridge (2009).

7.2.1 OLS

I OLS- modellen estimeres lineære sammenhenger mellom avhengig- og uavhengige variabler. Sammenhengen er den som minimerer summen av de kvadrerte avvikene. Parameterne i en OLS modell måler den partielle effekten til de uavhengige variabelen på den avhengige variabelen, når vi holder alle andre uavhengige variabler konstante. Under de fem Gauss- Markov forutsetningene vil OLS estimatene være de beste lineære forventningsrette estimatorene (BLUE). Da disse antas å være kjent, vil jeg ikke gjengi alle her. Tre av dem anses likevel som særlig relevante for analysen, og vil bli gjennomgått mer i detalj. Dette er multikollinearitet, heteroskedastisitet og endogenitet som alle representerer mulige brudd på Gauss- Markov forutsetningen.

7.2.1.1 Multikollinearitet

Multikollinearitet oppstår når to eller flere uavhengige variabler er sterkt korrelert. Dette kan føre til at små endringer i modellen eller dataene gjør store utslag på parameterne. Multikollinearitet reduserer ikke forklaringskraften til modellen, kun variansen til de påvirkede variablene.

Det synes ikke å være stor grad av multikollinearitet i dette tilfellet. Det kan for det første ses av korrelasjonsmatrisen (tabell 14 i vedlegg), der det ikke er noen variabler som korrelerer spesielt høyt (over 0,7). Det kan også være et tegn på multikollinearitet hvis man har en modell med høy R^2 kombinert med ikke-

signifikante forklaringsvariabler. Dette er heller ikke tilfellet her. En annen indikasjon på multikollinearitet er hvis estimatene forandrer seg mye når variabler blir lagt til eller tatt ut. Derfor er det gjort regresjoner hvor modellen gradvis utvides med flere variabler. Som vist i tabell 21 (i vedlegg) ser det ikke ut til å gi store utslag i dette tilfellet.

7.2.1.2 Heteroskedastisitet

Heteroskedastisitet forekommer når variansen til feilleddet ikke er konstant. Dette påvirker også kun variansen til parameterne, og ikke estimatene. Det vil si at konfidensnivå og intervallestimering ikke lenger er gyldig, noe som igjen vil si at noen parametere kan endre signifikans. For å teste for heteroskedastisitet kan man bruke forskjellige tester som for eksempel Breusch-Pagan og White.

Breusch- Pagan testen tar utgangspunkt i om feilleddet øker/minker med de predikerte verdiene av Y. Den tester med andre ord for lineær heteroskedastisitet, og antar at feilleddet er normalfordelt. White- testen er en spesiell form av Breusch- Pagan, som tester for flere typer heteroskedastisitet samtidig. At den er mer generell gjør den også mindre pålitelig, særlig når man har et stort datasett med mange variabler. En første tilnærming for å oppdage heteroskedastisitet er likevel å se på et plot av den predikerte avhengige variabelen (Y) mot residualene og se om den estimerte gjennomsnittsverdien til Y er systematisk relatert til residualene.

I dette tilfellet er det tegn på at det er systematisk sammenheng mellom avhengig variabel (BV) og de kvadrerte avvikene (se figur 5 i vedlegg). Breusch-Pagan testen og White testen viser noe forskjellige resultater (tabell 15 i vedlegg), men av grunner nevnt ovenfor og sett i sammenheng med den grafiske framstillingen er det tydelige indikasjoner på at det foreligger noe heteroskedastisitet. Jeg vil derfor videre bruke robuste standardavvik gjennom hele analysen for å få forventningsrette estimater.

7.2.1.3 Eksogenitet

Eksogene variabler er de som husholdningen ikke bestemmer over selv, som for eksempel alder og kjønn. Det er variabler som forklarer, men ikke *forklares av*

den avhengige variabelen (BV) (Bateman, 2002). En variabel er derimot endogen når den både forklarer, og kan forklares av den avhengige variabelen. I dette tilfellet er det sannsynlig at bruker-variabelen er en endogen variabel, da den kan bestemmes gjennom husholdningens valg; for eksempel kan en husholdnings innstilling til BKM påvirke både bruk av og BV for museet. Man sier da at bruker-variabelen og BV avhenger av samme uobserverte forklarende variabler, og dermed korrelerer med feilleddet μ . Dette kan medføre at estimatene ikke er forventningsrette.

Endogenitetsproblemet kan bl.a. løses ved hjelp av instrumentell variabel regresjon (IV- regresjon) (Stock & Watson, 2012). De endogene variablene ses på som todelte: en del som er korrelert med feilleddet (den problematiske delen), og en annen som ikke er det. IV- regresjoner bruker instrumentvariablene til å isolere den eksogene delen av variabelen, som igjen skal gi konsistente estimater. Instrumentvariabelen må ha relevans og være eksogen i forhold til den endogene variabelen. Videre blir regresjonen utført i to trinn. I det første trinnet brukes instrumentvariabelen til å finne et estimat på den endogene komponenten. I det andre trinnet blir en OLS-regresjon utført, men med den estimerte verdien.

I dette tilfellet er det likevel vanskelig å finne et egnet instrument. Variablene kulturellUte og kulturellBergen oppfyller til en viss grad kravene. For å teste effekten av å skille ut den endogene variabelen har jeg estimert en IV- regresjon, der disse er brukt som instrumenter. Resultatene er vedlagt i tabell 16, og ser rimelige ut. Variansen til koeffisientene i en IV regresjon vil likevel være større enn i en OLS modell på grunn av hvordan denne er definert⁹. Dermed har vi større feilledd, og færre signifikante variabler. Vi vil se senere i oppgaven at den største forskjellen nettopp ligger i estimatet til bruker-variabelen.

Jeg ser imidlertid en rekke svakheter med instrumentene, da kulturellUte og kulturellBergen også til en viss grad vil være endogene variabler. Dette er bl.a.

⁹ OLS: $\text{Var}(\beta) = (\sigma^2/n)/\sigma^2_x$
 IV: $\text{Var}(\beta) = \sigma^2 / (n\sigma^2_x\rho_{x,z})$

fordi de kulturelle indikatorene fanger opp individers kulturelle kapital, som også vil også være med å bestemme deres BV for museet. I mangel av gode instrument blir jeg derfor tvunget til å se bort fra endogenitet i denne oppgaven. Til gjengjeld vil jeg med en enkel OLS- modell gå grundig inn i om det er noen forskjeller i hvilke faktorer som bestemmer BV til hhv. brukere og ikke- brukere, altså vil jeg se i hvor stor grad inkludering av den potensielt endogene bruker-variabelen påvirker resultatene. Med en Logit- modell vil jeg se nærmere på selve brukerbeslutningen.

7.2.2 Logit- modellen

En Logit- modell er en binomial regresjon. Det vil si at avhengig variabel er binær, og dermed at den i tilfellet hvor vi modeller betalingsviljen kun kan være null eller 1 (for positive verdier). I modellen for brukerbeslutning vil avhengig variabel være 0 = ikke- bruker, eller 1 = bruker. Modellen har til hensikt å modellere sannsynligheten for et positivt utfall, ved å bruke en Logit- funksjon av de uavhengige variablene.

Mer spesifikt forteller parameterne om oddsene for å ha positiv BV/være bruker, gitt de uavhengige variablene. Det vil med andre ord si at med et positiv fortegn øker sannsynligheten for positiv BV/være bruker, og et negativt fortegn minker den. Ved å gjøre estimatene om til eksponentiell form, får vi videre ut oddsraten som er et lettere leselig tall.

Logit- modellen gi andre svar for BV enn OLS- modellen, ettersom vi nå ser på hva som påvirker om du har en BV eller ikke, og ikke størrelsen av denne.

7.2.3 Andre modeller

7.2.3.1 Probit

Probit- modellen er den andre hovedtypen av binomiale regresjoner hvor avhengig variabel er binær, og sammenlignes derfor ofte med Logit- modellen. En Probit- modell bruker en Probit- funksjon til å transformere sannsynligheten. Forskjellen fra Logit- modellen er at feilledet antas å være normalfordelt.

7.2.3.2 Tobit

Tobit modellen beskriver forholdet mellom en ikke-negativ avhengig variabel og de uavhengige variablene. I noen datasett, som dette, vil det typisk være en opphoping av null-svar, fordi respondenter ikke har muligheten til å svare negativt. Tobit modeller er designet for å modellere avhengige variabler med slike "hjørneløsninger". Det kan likevel stilles spørsmål ved, om opphopingen rundt null i dette tilfellet forekommer fordi bergensere har negativ BV for BKM. Om svaret er nei, er det ikke nødvendig å benytte en Tobit- modell. Siden man likevel ikke kan vite dette med sikkerhet ønsker jeg å teste resultatenes robusthet ved også å bruke Tobit.

7.2.3.3 Poisson

I en Poisson- modell er den avhengige variabelen en telle- variabel. Denne kan utgjøre en rekke hendelser, som i dette tilfellet hvor svarene kan falle i 13 svar- kategorier (fra "0 kr" til "over 500 kr"). Fordelingen til den avhengige variabelen antas med denne modellen å være Poisson- fordelt. Den er videre bygget på en antagelse om at betinget gjennomsnitt skal være likt betinget varians. Dette er en veldig sterk antagelse, og det er få datamaterialer som passer for Poisson- regresjon. Parameterne i Poisson- modellen kan tolkes som om de var i en lineær modell med log som avhengig variabel. Det vil si at modellen gir koeffisienter som er semi- elastisiteter, eller som forteller om relative endringer i prosent.

Tidligere studier

8 Tidligere studier

Før vi beveger oss inn på resultatene av studien av BKM, vil det være nyttig å se på hva resultatene av andre studier har vært. For nye analyser kan overføringsverdien av tidligere studier være stor. Noe problematisk er dette likevel for CV-studier, ettersom det eksisterer relativt få slike for kulturgoder. I tillegg er de som allerede nevnt svært steds- og godespesifikke, noe som vanskeliggjør sammenligninger.

I en oppsummering gjort i 2004, kommer det fram at det i Norge kun er utført fire CV-studier på kulturgoder (Axelsen & Navrud, 2004), og i ettertid er kun lagt til én (Bjørnsgard, 2004). Godene som har blitt verdsatt er Nidarosdomen, pilegrimsleden, Kristiania-Kvadraturet, helleristinger i Østfold og Bryggen i Bergen. Med unntak av den siste er de alle studentoppgaver, noe som gjør at ressursene for studiene har vært begrenset, og dermed også utvalget. Utenom Kvadraturet¹⁰, er dette også i alle tilfeller snakk om kulturminner, noe som gjør overføringsverdien til denne studien noe begrenset. Siden også noen av dem er på UNESCOs verdensarvliste, kan det bety at de verdsatte godene er mer kjente, og har høyere ikke-brukerverdier.

Det er likevel interessant å se at samtlige norske studier har en relativt høy gjennomsnittlig BV. For Bryggen og Nidarosdomen ble den aggregerte betalingsviljen også sammenlignet med restaureringskostnadene. Her fant de at BV oversteg kostnadene i begge tilfeller, noe som betyr at restaurering av disse kulturminnene gir en netto samfunnsøkonomisk nytte (Axelsen & Navrud, 2004).

¹⁰ Denne analysen forsøkte å finne individers verdi for en estetisk kvalitetsforbedring av bybildet i Oslo

Tabell 2: Oversikt over norske CV- undersøkelser

	Nidarosdomen	Kristiania-Kvadraturet	Bryggen i Bergen	Nidarosdomen og pilegrimsleden	Helleristninger i Østfold
Gj.sn. BV i 2011 kr*	417 kr (individ)	314 kr (husstand)	217 kr (husstand)	390 og 92 kr (husstand)	75-106 kr (husstand)
Forfatter	Ståle Navrud, et.al.	C. Færø, et.al	Lene Axelsen og Ståle Navrud	Birgit Bjørnsgard	M. Aasen, et.al.
Årstall	1991	2000	2004	2004	2001

* Beregnet med utvikling i kroneverdien som grunnlag, når en tar utgangspunkt i konsumprisindeksen (SSB, 2012c)

Internasjonalt finnes det langt flere studier, også for verdsetting av museer. For alle museer i Quebec fant man en betalingsvilje på 41 kr per innbygger (Martin, 1994). Martin fant også noe støtte for at BV øker når skatteplikten reduseres. Bravi et.al (1998) har gjort en tilsvarende studie i Italia, og finner at det eksisterer et betydelig konsumentoverskudd ved begge de italienske museene som ble analysert (Galleria Civica og Rivilo). Med andre ord er betalingsviljen for disse større enn det billettprisene er i dag. Ved Napoli Musei Aperti fant Santagata & Signorello (2000) en gjennomsnittlig betalingsvilje på 35 kr for ikke-brukere, og 97 kr for brukere. Overraskende nok var likevel hele 48% *ikke* villige til å betale for museet, der de fleste oppga at det var pga. en likegyldighet mht. hva museet tilbyr.

I 2002 gjennomførte Allen et.al (2002) en studie av kunsttilbud i Kentucky. Her ble respondentene spurt om BV for å få flere utstillinger og mer aktivitet, men også BV for å hindre en reduksjon i tilbudet. De fant at innbyggernes BV for å hindre en reduksjon av antall utstillinger var større enn BV for få en øke. BV var hhv. 194 kr og 67 kr. Undersøkelsen avslørte også brukernes betalingsvilje, der de finner at brukerne (eller "arts patrons") har 3 til 13 ganger høyere BV enn andre.

Jeg har også inkludert en dansk studie som omhandler Det kongelige teater i København (Hansen, 1996). Selv om studien omhandler et teater, har den likevel mange likhetstrekk med studien av BKM. Teateret er også en kulturell

Tabell 3: Oversikt over utvalgte utenlandske CV- undersøkelser

	Galleria Civica og Rivolo Castle	Napoli Musei Aperti	Kunst i Kentucky	Alle museer i Quebec	Det kgl. teater i København
Gj.sn. BV*	211-249 kr (28-33 US\$) (individ)	35-97 kr (4-11 US\$) (husstand)	67-194 kr (8,4-24,3 US\$) (husstand)	41 kr (8 Can.\$) (individ)	58- 155 kr (9-24 US\$) (individ)
Gj.sn. BV i 2011 kr**	275-375 kr	43-120 kr	79-230 kr	58 kr	79-212 kr
Forfatter	Marina Bravi, et.al.	Walter Santagata og Giovanni Signorello	Steve Allen, et.al.	Fernand Martin	Trine Bille Hansen
Årstall	1998	2000	2002	1994	1996

* Gjennomsnittlige valutakurser i studiets år er lagt til grunn ved omregning til norske kroner (Norges Bank, 2011)

** Beregnet med utvikling i kroneverdien som grunnlag, når en tar utgangspunkt i konsumprisindeksen (SSB, 2012c)

institusjon, med sentral beliggenhet i hovedstaden, og er en institusjon som mange dansker har et forhold til uten selv å ha vært der. Teateret produserer selv mange oppsetninger som skaper overskrifter i avisene, og som mange har glede av, selv om de ikke er brukere av teateret. I tillegg er Danmark et land som er sammenlignbart med Norge på mange områder.

Hansen (1996) kommer fram til at selv om 18% av danskene ikke har BV for teateret, er likevel den samlede BV langt mer enn de offentlige bevilgningene. I tillegg har Hansen forsøkt å dele opp betalingsviljen i forskjellige verdikategorier, og kommer fram til at opsjonsprisen utgjør 29%, ikke- bruker verdiene 64%, mens det direkte konsumentoverskuddet for privat konsum kun utgjør 7%.

For å oppsummere tyder funnene på at folk flest har en positiv betalingsvilje for kultur. Det er likevel mange som ikke har noen betalingsvilje for kulturgoder, da vi også ofte ser store andeler null- bud. Brukere har større verdier enn ikke-brukere, noe som indikerer at det er store verdier fra rekreasjon og utdanning. I de studiene der er gjort forsøk på sammenligninger mellom kostnad og nytte, synes betalingsviljen i stor grad å overstige de offentlige bevilgningene.

Resultater

9 Om utvalget

Jeg vil begynne presentasjonen av resultatene med å gi en innsikt i hvordan utvalget ser ut. Dette gjøres først ved hjelp av deskriptiv statistikk, og så gjennom en analyse av holdninger til, og betalingsvilje for BKM. Dette er med på å gi verdifull kvalitativ informasjon, men det er også viktig i forhold til å sikre representativitet i utvalget.

9.1 Frafall og representativitet

I alt ble undersøkelsen sendt ut til 1866 respondenter, som utgjorde et tilfeldig utvalg fra Bergen kommune (personer over 18 år). Med 305 registrerte svar, gir det en svarprosent på 16%. Svarprosenten er lav, men det er ikke unormalt for web-undersøkelser av denne typen (jfr. delkapittel om datainnsamlingsmetode). Med en lav svarprosent er det særlig fare for selvseleksjonsbias i utvalget.

Det var få som åpnet spørreskjemaet uten å fullføre, noe som er en indikator på at det ikke er noe med spørreskjemaet som tilsier at mange faller fra (totalt 16 personer).

9.2 Deskriptiv statistikk

Under er en deskriptiv tabell over noen sosioøkonomiske karakteristika til de 305 respondentene i denne undersøkelsen (tabell 4). Ved gjennomgangen av disse variablene, vil jeg også sjekke representativiteten der det er mulig for å kontrollere for selvseleksjonsbias. Det gjøres ved å sammenligne gjennomsnitt for utvalget med gjennomsnitt for resten av Bergen kommune, der slike tall fra SSB er tilgjengelige.

9.2.1 Utdannelse, inntekt og yrke

Utdannelse, inntekt og yrke henger tett sammen. I gjennomsnitt har respondentene en kort, høyere utdanning, tilsvarende universitetsutdanning på 3 år eller mindre. Det er langt over gjennomsnittet for Bergen (SSB, 2010). Utvalget består av langt færre med grunnskole som høyeste utdanning, og langt

Tabell 4: Deskriptiv statistikk for utvalget¹¹

Variabel	Antall obs.	Gj.snitt	St.avvik	Min	Maks	Bergen
Betalingsvilje	213	143	148	0	550	
Bruker	305	.32	.47	0	1	
Husstandens inntekt (i tusen)	263	683*	325	50	1250	385**
Bor i sentrum	305	.18	.38	0	1	.15
Er kvinne	305	.56	.50	0	1	.50
Alder	305	47.25	14.84	19	81	38***
Universitetsutdannelse	302	.64	.48	0	1	.34
Har barn	304	.52	.92	0	5	
Kulturell i Bergen	305	.18	.39	0	1	
Kulturell utenfor Bergen	305	.04	.19	0	1	
Ansatt i offentlig sektor	305	.29	.46	0	1	
Ansatt i privat sektor	305	.37	.48	0	1	
Ansatt i kultursektor	305	.03	.17	0	1	
Trygdet	305	0.16	.37	0	1	
Student	305	.11	.32	0	1	

* Utvalgets gjennomsnittlige inntekt er *før skatt*. Medianen er 650.

**Inntekt *etter skatt*, median (SSB, 2009c)

***Hordaland, 2009 (SSB, 2009d)

flere med høyere utdannelse. For de med fullført videregående og kort utdannelse, er det ganske likt.

De fleste i utvalget jobber i privat sektor, med noen færre i offentlig sektor (vedlegg, figur 6). I tillegg er det en del studenter og trygdede/ pensjonister. Resten av yrkeskategoriene fikk svært få svar, og blir dermed slått sammen til en variabel som er "andre yrker". Det er også relativt få som jobber i kulturliv, men denne variabelen beholder jeg siden den er særlig relevant videre i denne analysen.

Gjennomsnittstallet for husstandens inntekt før skatt i mitt utvalg er hele 683 000, og medianen 650 000. Det er også et ganske høyt anslag. Medianen for husholdninger i Bergen kommune var i 2009 385 000 (SSB, 2009d), men dette er etter skatt. Ser vi på fordelingen (tabell 17 i vedlegg), ser vi at det i utvalget er færre med lav inntekt, og flere med høy inntekt. Dette ligner på det vi fant for utdannelse, noe som er å forvente.

¹¹En mer detaljert tabell er vedlagt (tabell 17)

9.2.2 Kjønn, alder, bosted og barn

I utvalget mitt er det 56% kvinner, mot 50% i Hordaland (SSB, 2011a). Dette er ikke en veldig stor overvekt. Gjennomsnittsalderen i Bergen er også veldig lav, og det er tydelig at det er flere eldre i utvalget som trekker snittet opp. Det er noen færre av de yngste mellom 18-39, og noen flere i aldersgruppen 40-66, sammenlignet med Hordaland generelt (SSB, 2011a). 18% av de spurte bor i Bergen sentrum, mens fordelingen på bydeler ellers er ganske lik den vi finner i Bergen (SSB, 2012a).

9.2.3 Brukere/ ikke-brukere

I utvalget er det relativt mange brukere, hele 32%. Dette kan skyldes at 1) flere brukere har tatt seg bryet med å svare på undersøkelsen, eller 2) respondentene har sagt at de er brukere når de ikke er det, som kalles "overrapportering av ønskelig atferd" (Hansen, 1996). Da det ikke skiller på noe annet enn prisklasse i publikumsstatistikken fra BKM, er det vanskelig å si noe om dette er en overvurdering, eller om det kan stemme med faktiske tall. Da dette er av stor betydning (jfr. selvseleksjonsbias), prøver jeg meg likevel på en grov beregning.

Publikum i 2011 talte 73 300 personer, men siden disse kan ha besøkt flere av museets avdelinger og dermed blitt talt dobbelt, er det riktigere å basere seg på antall solgte billetter. I 2011 utgjorde antall solgte billetter 58 909¹². Er alle disse bergensere som kun har gått på utstilling en gang i løpet av året, får vi at andelen unike brukere av BKM utgjør 23% av byens befolkning (58 909 av 260 392 personer, SSB, 2012b). Dette er likevel en overestimering ettersom vi vet at mange av de besøkende er turister, skoleklasser, og brukere som går flere ganger.

Faktisk oppgir brukerne i utvalget at de i gjennomsnitt går 2,5 ganger på museet årlig¹³. Vi kommer da fram til et publikumsanslag på 208 313 personer (3,5 ganger mer enn faktisk antall solgte billetter), og kan slå fast at brukerandelen i utvalget er veldig høyt.

¹² Tall oppgitt fra markedssjef ved Kunstmuseene i Bergen (John Steinar Hovland)

¹³ På Tate i London utgjorde 40% av publikumsantallet repeterte besøk (Towse, 2010)

Siden jeg konstaterer at det er en overvekt av brukere i utvalget, har jeg også sett på om disse skiller seg markant fra ikke- brukere (vedlegg, tabell 18). Den tydeligste forskjellen er at det er flere brukere som bor i sentrum, og de benytter seg i høyere grad også av andre kulturtilbud enn ikke-brukere. Når det gjelder yrke er de i mindre grad ansatt i privat sektor, mens det er flere som jobber i kultursektoren. De har også noe mer utdanning, er noe eldre og har noen flere barn. Alle disse forskjellene er signifikante.

Jeg har også funnet det interessant å undersøke hvorfor noen er brukere og andre ikke, da det kan være med å begrunne BV.

9.2.3.1 Hvorfor noen er brukere...

De vanligste oppgitte årsakene til hvorfor personer går på kunstutstilling er for å tilfredsstille en nysgjerrighet, og fordi det er noe spesielt som interesserer (figur 7 i vedlegg). Ganske mange ser også på det som rekreasjon, men samtidig som utfordrende. Den sosiale delen er også viktig, da det er mellom 25-30% som oppgir at de går på museet for å følge, eller vise det fram til andre. Dette er likevel noe annet enn å fortelle om det til andre, som ikke blir ansett som viktig. Det virker som det likevel er en sosial konvensjon tilstede, da 18% oppgir at de går fordi det er noe man "bør gjøre".

Et alternativ som ikke ble gitt var gruppe- eller skolebesøk. Dette var det flere som oppga på "andre grunner", og det er også tydelig i litteraturen og årsrapporter fra BKM at er et viktig besøksgrunnlag for museene.

9.2.3.2 ...og andre ikke

De fleste som ikke bruker museet, oppgir at det logisk nok er fordi de har andre interesser, og at de dermed ikke får noe igjen for å se på kunst (figur 8 i vedlegg). Det er også mange som har for lite kunnskap, da det krever innsats å lære om kunst. Det handler igjen om en investering i kulturell kapital, som sannsynligvis øker interessen (Frey og Pommerehne, 1989). Disse predikatorene henger altså tett sammen; dess mer kunnskap man har, dess sterkere interesse. I tillegg handler det om miljøet man er i, og ikke minst oppvekst. Towse (2010) peker på

at sterkeste predikator for senere konsum av kultur er barndomsdeltagelse, spesielt utenfor skolen.

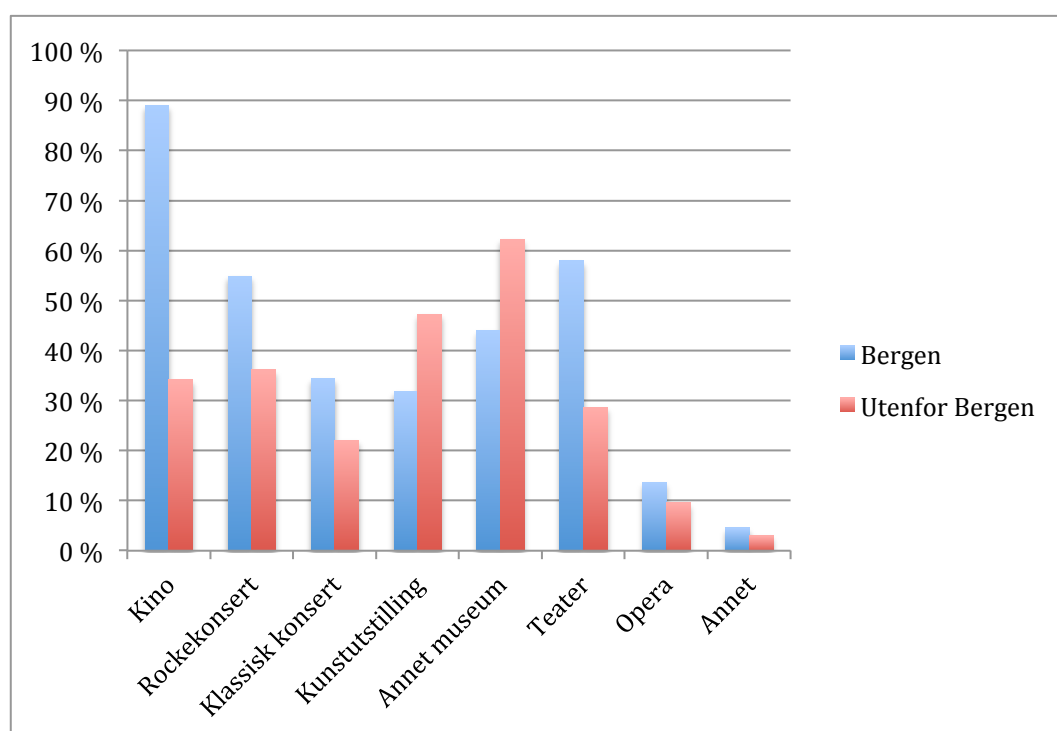
Andre oppgitte grunner er "jeg vil gjerne, men...", "jeg har ikke tatt meg tid enda", "jeg glemmer at det er der". Dette er velkjente utsagt, og som egentlig handler om det samme; nemlig kunnskap, interesse og tradisjon for å bruke kunstmuseer.

25% mener informasjonen om hva BKM kan tilby er for dårlig. Likevel er det bare 7% som ikke har hørt om museet. Det kan ha med at museet er såpass synlig i sentrumbildet. Utfordringen gjenstår dermed i at museet må kommunisere bedre hva innholdet er. Det er også få som ser på det som elitistisk og snobbete.

9.3 Kulturelle preferanser

Det er interessant å vite om respondentene også benytter seg av andre kulturgoder. Flittig bruk av annen kultur er med på å øke deres kulturelle kapital, og dermed sannsynligvis deres BV for kunstmuseet.

Figur 1: Kulturelle preferanser



Jeg har forsøkt å fange dette opp ved å spørre om de også har vært på kino, rockekonsert, klassisk konsert, andre kunstutstillinger, teater eller opera det siste året. Det kan også være forskjell på kulturell aktivitet når man er hjemme og ute, og jeg har derfor spurt om det i to separate spørsmål. Svarene er oppsummert i figur 1.

Det viser seg at 90% av dem som har svart, har vært på kino det siste året i Bergen. Det samme gjelder ikke utenfor Bergen, som gjerne er å forvente siden de samme filmene er tilgjengelige over alt, og man da ikke vil prioritere det når man er ute på reise. Den samme trenden gjelder i noen grad teater.

Å gå på rockekonsert, klassiskkonsert og opera er også noe flest personer gjør hjemme og ikke ute. Det kan ha med at man oftere får tilgang til ting som skjer der man bor, samtidig som at det er et annet sosialt aspekt ved det. Å gå på opera er det færrest personer gjør, både ute og hjemme. Det kan underbygge oppfattelsen av at opera er mer "høykulturelt" og utilgjengelig enn andre kulturelle aktiviteter.

Når det gjelder kunstutstillinger og museum er det interessant å se den motsatte effekten. Det er flere som oppsøker kunst i utlandet, enn hjemme. Det kan være fordi man føler man har mer tid når man er på reise, og man blir tvunget ut av hverdagslige tanker og rutiner. Det kan også være at andre museer har andre utstillinger som interesserer mer. Hvis man besøker byer der kunstmuseene er en del av turistattraksjonene (som Louvre i Paris, eller Tate i London), kan det tenkes at attraksjonen er like viktig som innholdet.

9.4 Holdninger

Det er relevant å vite noe om holdningene respondentene har til museet av to årsaker. Det ene er å sjekke om deres holdninger svarer til deres BV for museet. Det andre er å få en indikasjon på om respondentene synes museet er viktig, og dermed tillegger det forskjellige typer verdier.

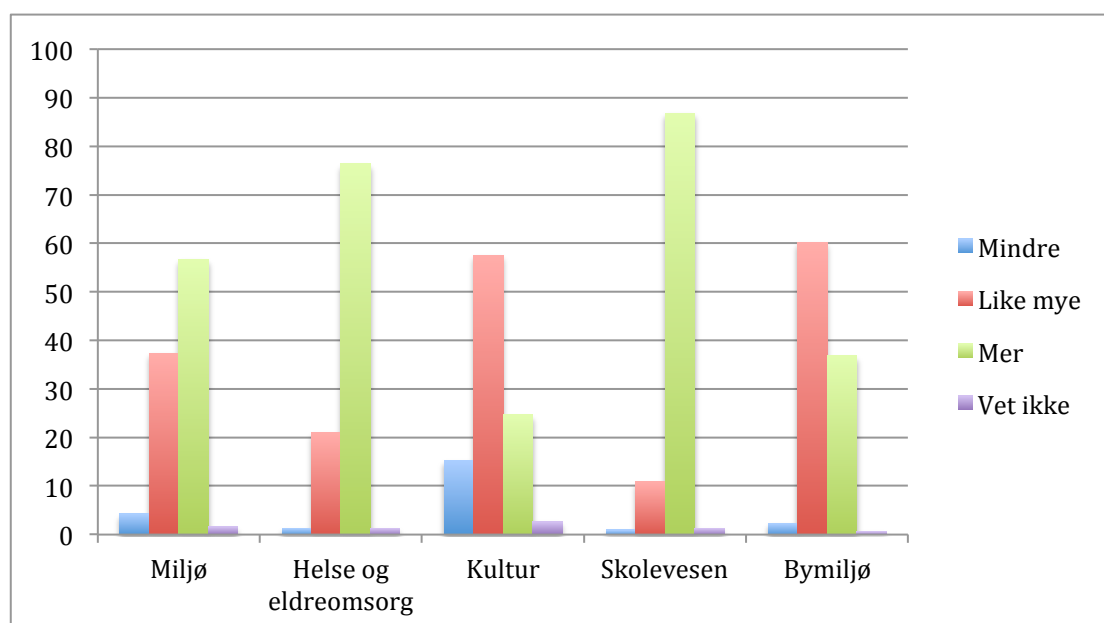
To spørsmål fra spørreundersøkelsen egner seg godt til å si noe om hvilke holdninger respondentene har til BKM. Det første er når respondentene blir bedt

om å mene noe om hva det offentlige bør bruke mer, mindre eller like mye penger på (oppsummert i figur 2). De offentlige godene det stod mellom var miljø, helse og eldreomsorg, kultur, skolevesen og bymiljø.

Respondentene i utvalget vil gi mer penger til skole- og helsevesen, samt miljø. Til kultur og bymiljø vil de fleste gi like mye som i dag, noe som tyder på at disse postene anses for å være mindre viktige. Kultur er videre den posten flest vil gi mindre til, og færrest vil gi mer til, men de fleste er nøytrale og vil altså gi like mye.

Dette spørsmålet hadde også til hensikt å informere/ minne respondentene på at det finnes flere offentlige utgifter, og at man har en budsjettrestriksjon. Slik skal det bli bedre sammenheng mellom budsjettrestriksjon, preferanser og oppgitt BV. Da ville man forvente at de som har svart at de vil gi mindre til kultur, også har oppgitt 0 i BV. Fra figur 9 (vedlegg) ser vi at dette til en viss grad stemmer. Nesten alle som har oppgitt at de synes kultur bør få mer bevilgninger, har også positiv BV. De fleste som har oppgitt at de synes kultur bør få mindre bevilgning, har 0 i BV for kunstmuseene.

Figur 2: Holdninger til offentlig støtte

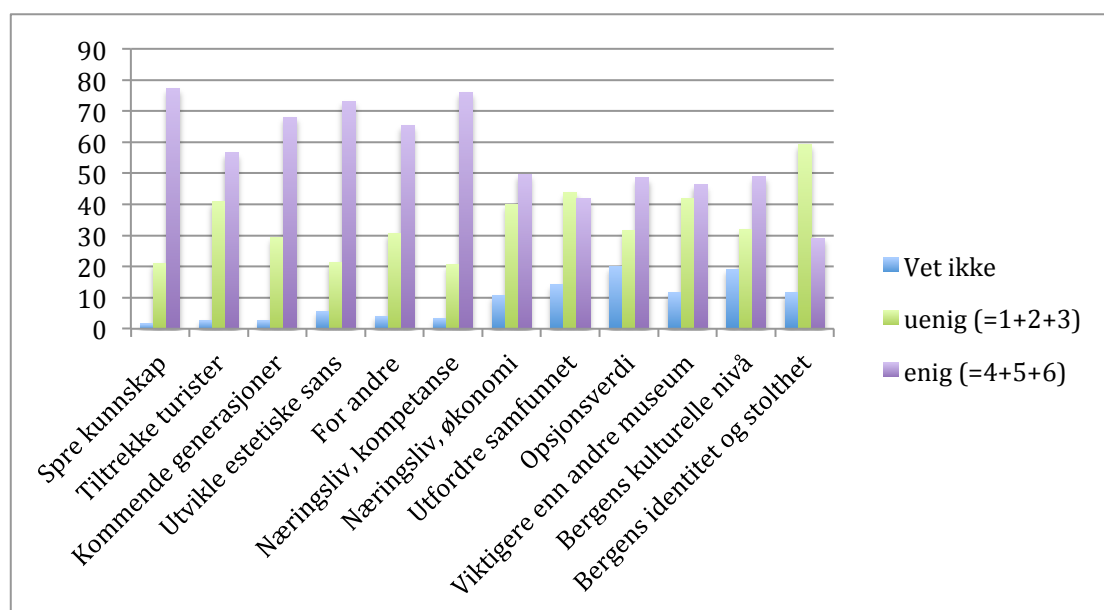


De få som likevel har oppgitt positiv BV, samtidig som de er negative til mer offentlige bevilgninger til kultur, kan ha en sterkere preferanse for kunstmuseum enn kultur generelt, eller de har simpelthen misforstått scenarioet. Dette gjelder 11 personer i utvalget, som er en svært liten andel.

Det andre holdningsavslørende spørsmålet tar sikte på å finne ut hvorfor respondentene evt. synes BKM er viktig. Det gjør de ved å være enig eller uenig i en rekke påstander som er utarbeidet med utgangspunkt i potensielle bruker- og ikke-brukerverdier og eksternaliteter. Figur 3 viser en oppsummering av hvordan respondentene svarte.

Forbrukereksternaliteter kan fanges opp ved å se på om respondentene er enig i at museet sprer kunnskap og at det utvikler deres estetisk sans, i tillegg til det å stille spørsmål og være utfordrer til samfunnet. Respondentene er i stor grad enig i den første påstanden, mens de er mer delte i meningene om det utfordrer samfunnet. Respondentene er uenige i at museet tilfører byen stolthet og identitet, og derfor er trolig "prestisjeverdien" relativt liten. Mange er likevel enige i at museet er viktig for byens kulturelle nivå.

Figur 3: Hvorfor Bergen Kunstmuseum er viktig



Det er også tegn på at respondentene mener det finnes produsenteksternaliteter, ved at nærmere 80% oppgir at de mener annet næringsliv har nytte av kompetansen museet innehar. Andre mulige eksterne effekter er at museet kan tiltrekke turister og påvirke annet næringsliv (økonomisk sett), men respondentene er ikke like enig i at dette er viktig.

Altruisme og arveverdiene er også synlig tilstede, da respondentene oppgir at det er viktig for dem at museet er til for andre, og for kommende generasjoner.

Nesten alle kategoriene viser positive utslag, og implikasjonene for dette vil bli diskutert senere. Det skal likevel her nevnes at alle påstandene var positivt formulert, slik at respondentene enkelt kunne svare enig eller uenig. Det kunne gitt andre resultater hvis de var formulert annerledes.

9.5 Hva skyldes svarene om betalingsviljen?

Det er som nevnt viktig for validiteten av en CV- undersøkelse å stille oppfølgingsspørsmål om hvorfor respondentene svarte som de gjorde. Her skal jeg forsøke å oppsummere noen av grunnene som ble oppgitt i denne undersøkelsen. Oppsummeringsfigurer finnes i vedlegget (figur 10, 11 og 12). Jeg har også sett på om de forskjellige svargruppene skiller seg ut på de sosioøkonomiske karakteristikaene. Tabell med deskriptiv statistikk er vedlagt i tabell 19.

9.5.1 Positiv betalingsvilje

Av de som svarte et positivt beløp sier 61% at de er villige til å betale for BKM fordi de synes godet er viktig, og 34% sier det samme fordi de bruker museet/ vil gjøre det i fremtiden/ vil at andre skal ha muligheten for å gjøre det. Dette er gyldige grunner til å ville betale; det vil si at de har verdsatt det godet som ble fremstilt.

Det er også respondenter som har positiv BV for museet, der den egentlig reflekterer BV for noe annet; en såkalt warm-glow-effekt. 11% oppgir at de får god samvittighet av å bidra til BKM, og 35% fordi svaret reflekterer at de vil at alle kulturgoder skal få mer penger, ikke bare dette. De som har svart et av disse

alternativene, uten samtidig å ha svart et av de første, kan gjøre at den totale BV for dette godet overestimeres. Dette gjelder 38 personer. De vil foreløpig bli beholdt i datasettet, men effekten av å ta de ut vil bli testet for senere.

Respondentene med positiv BV ligner resten av utvalget, siden de utgjør størstedelen av datasettet (80% av utvalget har positivt BV). Det gjør at de ikke skiller seg nevneverdig fra de andre gruppene, eller helheten. De som har en såkalt warm-glow BV, har en ganske lav inntekt i forhold til resten, men samtidig den høyeste utdannelsen. De er oftere ansatt i offentlig sektor eller trygdet, og i mindre grad ansatt i privat sektor. De som har svart et positivt beløp har naturlig nok også den høyeste gjennomsnittlige BV, og er i høyere grad brukere av museet.

9.5.2 Null i betalingsvilje

Vanligvis er det relativt mange som svarer null i CV-undersøkelser. Ofte ser man at 30% av brukerne og 60% av ikke-brukerne oppgir null-bud (Towse, 2010), mens Navrud & Ready (2002) rapporterer om studier med hele 89% null-bud. Noen av null-budene er reelle pga. respondentenes budsjettrestriksjon, manglende interesse i kultur, eller det kan være fordi kultur taper i kampen mot andre offentlige budsjettposter (Navrud & Ready, 2002). Når respondenten oppgir null fordi han er mot for eksempel skatt eller scenarioet, er dette såkalte protestsvar.

I alt er det rundt 20% i dette utvalget som har oppgitt null i BV, altså relativt få. Av brukerne har 4% null i BV, og av ikke-brukerne 29%. Om de har svart null fordi de enten "ikke har råd til å betale", fordi de "synes brukere burde betale for det, eller fordi de "ikke synes det er viktig å opprettholde dagens aktivitet ved BKM", er dette gyldige grunner. Også de som har oppgitt "annet" er inkludert her. Til sammen har rundt halvparten av de uten BV gyldige grunner til å svare null, hvilket vil si at resten er protestsvar.

Protestsvarerne synes enten at de betaler nok skatt allerede, at staten eller kommunen bør betale, eller at alle museer i Bergen/kunstmuseer burde få mer i

bevilgning, ikke bare dette. Siden disse respondentene i realiteten kan ha en positiv BV for kunstmuseene, vil det å inkludere dem som null-bud gi feil estimater. Ved å beholde dem i datasettet vil man få et meget konservativt estimat. Praksis er likevel at man tar dem ut av datasettet, og det vil også i utgangspunktet bli gjort i denne oppgaven.

De som har null i BV skiller seg heller ikke bemerkelsesverdig ut. Det er likevel naturlig nok innen denne gruppen vi finner den laveste bruker-andelen. Det er også noen færre som bor i sentrum, noen færre kvinner, og de er mindre kulturelle enn resten. Protestsvarene ligner også resten av 0-svarene, med noen flere som bor i sentrum.

9.5.3 “Vet ikke”

For å finne ut hvorfor respondenten oppga “vet ikke” på verdsettingsspørsmålet, var det laget et åpent felt der de selv skulle fylle inn. De fleste oppgir at de synes det er for vanskelig å ta stilling til spørsmålet - enten fordi de ikke vet nok om museet, om hvor mye som er nødvendig, eller om sin egen BV/ preferanser. Noen av de oppgitte svarene gir også indikasjoner om at noen respondenter burde krysset av på enten positiv eller null i BV, og andre ligner protestsvar. Disse utgjør likevel en liten del av helheten.

“Vet ikke”-svarene kan ha både positiv og negativ effekt på BV, alt etter hva disse egentlig ville svart om de fikk mer informasjon. Det mest riktige og objektive er å ta de 37 “vet ikke”-svarene ut av datasettet. Det er å forvente at ikke alle klarer å sette seg inn i situasjonen, og dermed er 37 “vet ikke”- svar (12% av utvalget) ikke et særlig høyt antall.

De som har svart “vet ikke” er primært kvinner (80%), de har noe høyere inntekt, og den høyeste andelen brukere (41%). Siden de skiller seg noe ut fra resten av utvalget, kan det medføre en viss bias i utvalget å ta dem ut. Som for andre tilfeller av bias, kan jeg da gå inn i datasettet og gi dem en kalkulert BV-verdi, beregnet utfra respondentens andre karakteristika (Hansen, 1996). Jeg

anser det likevel ikke som nødvendig, ettersom de utgjør en så liten andel av det totale utvalget.

9.6 Oppsummering – om utvalget

Representativiteten i utvalget er akseptabel. Det er likevel en god del eldre og flere som bor i sentrum. Respondentene har også høyere utdannelse og dermed høyere inntekt enn Bergens befolkning generelt. I tillegg er det flere brukere blant respondentene. Alle disse er faktorer som trolig virker positivt inn på BV for BKM, og vil trolig derfor være med på å overestimere den totale BV.

Warm-glow-svarene vil også overestimere BV. Protestswarene derimot har oppgitt null i BV, men mange har trolig likevel en positiv BV for godet. Ved å sette svarene til 0 undervurderes BV, og å ta dem ut av datasettet gir et riktigere bilde. Det samme gjelder “vet ikke”- svarene som kan ha både positiv og negativ effekt på BV. Jeg har derfor valgt å ta ut begge typer av svar, og ender derfor opp med et datasett med et utvalg på 213 respondenter.

Ut fra holdningsspørsmålene kan vi til sist også oppsummere at det er tydelige indikasjoner på at det finnes en positiv BV blant bergenserne, da ikke-brukerverdiene og positive eksternaliteter i stor grad ser ut til å være tilstede.

10 Betalingsviljen

Jeg skal nå presentere hovedfunnene rundt betalingsviljen til bergenserne. Jeg vil først se på hvordan den gjennomsnittlige BV kan aggregeres til å gjelde hele populasjonen, eller Bergen kommune. Videre vil jeg se på noen forhold som kan gjøre at denne er under- eller overestimert, og jeg vil sammenligne den samlede BV med de offentlige bevilgningene gitt til BKM fra statlig- eller kommunalt hold. Til slutt vil jeg se på om det er forskjeller i BV mellom forskjellige grupper.

10.1 Median eller gjennomsnitt?

Jeg har til nå kun referert til den *gjennomsnittlige* BV, men det kan argumenteres for at medianen er et bedre mål på individuelle preferanser.

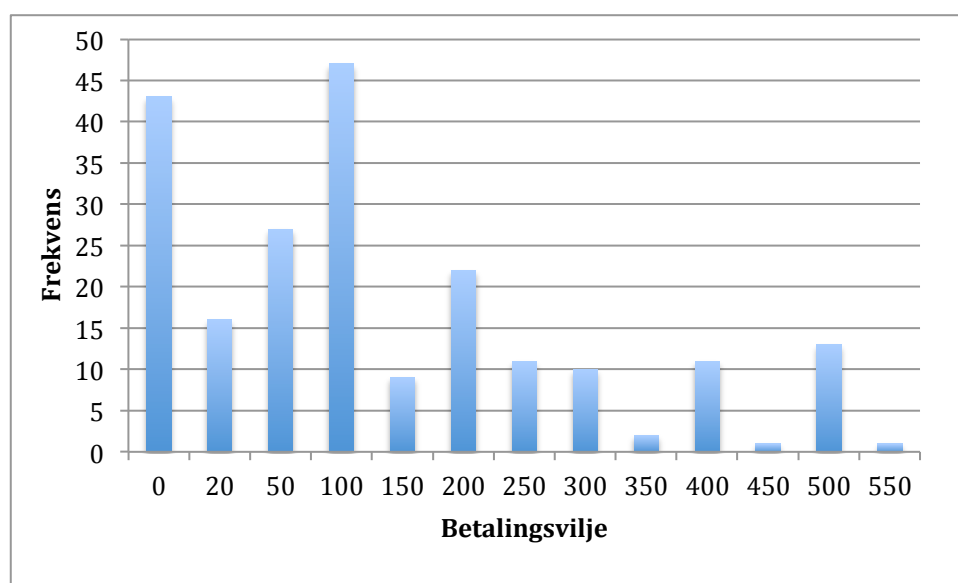
Gjennomsnittlig BV vil avvike fra medianen, siden de aller høyeste budene teller like mye som de lave. I andre undersøkelser hvor man ikke har svaralternativer kan ekstreme verdier (outliers) bli et alvorlig problem for gjennomsnittet. I dette tilfellet har vi høyeste svaralternativ ”over 500”, og denne er satt til 550 kr¹⁴. Siden medianen ikke blir påvirket av ekstreme enkelt-bud, er det derfor det mest stabile målet på BV. I tillegg argumenteres det for at dette er et politisk korrekt mål, ettersom det er medianvelgeren som bestemmer ved demokratiske valg (Hansen, 1996).

Jeg vil likevel basere meg på gjennomsnittlige verdier, fordi det er i overensstemmelse med Hicks-Kaldor kriteriet. Det er også den gjennomsnittlige BV man ser mest brukt i CV-undersøkelser generelt, ved aggregering av individuelle preferanser til samfunnspreferanser (Hansen, 1996).

10.2 Utvalgets betalingsvilje

Utvalgets fordeling i svar på verdsettingsspørsmålet er gjengitt i histogrammet nedenfor (figur 4)¹⁵. BV strekker seg fra 0 til 550 kr, og senterer seg naturlig nok rundt betalingsalternativene som ble gitt.

Figur 4: Betalingsviljens fordeling



¹⁴ Siden resten av betalingsintervallene er i 50 kr, er dette et naturlig valg. Det er også kun en respondent som har BV over 500

¹⁵ Protest- og ”vet ikke”-svar er nå tatt ut

Tabell 5: Utvalgets betalingsvilje

	Gjennomsnitt	Median	Standardfeil	95% Konfidensintervall
Betalingsvilje	143,06	100	10,11	[123.12, 162.98]

Det er 43 respondenter som har oppgitt 0 i BV, og flest er villig til å betale 100 kroner som også er medianen for utvalget. Gjennomsnittlig BV er 143 kr. Med en standardfeil på 10,11, gir det oss et konfidensintervall på 95% nivå som strekker seg fra 123 kr til 163 kr.

Ved å aggregere den individuelle BV i utvalget, blir individuelle preferanser omgjort til samfunnspreferanser. Den aggregerte BV, altså den totale BV for Bergen kommune får vi ved å multiplisere den gjennomsnittlige BV med antall husstander (som er enheten for denne undersøkelsen). I 2011 var det registrert 122 323 husholdninger i Bergen kommune (SSB, 2011b). Den totale BV er da gitt ved:

Ligning 2: Aggregert betalingsvilje for Bergen

$$\begin{aligned}
 BV_{tot} &= \text{antall husstander} * \text{gjennomsnittlig BV} = 122\,323 * 143\text{kr} \\
 &= 17\,492\,189\text{ kr}
 \end{aligned}$$

De kommunale bevilgningene til BKM var 32 millioner kr i 2010 (jfr. kapittel om finansiering av Bergen Kunstmuseum). Vi ser at den aggregerte BV for Bergen kommune knapt nok utgjør halvparten av det som blir bevilget. Skulle BV og bevilgninger være akkurat like, måtte hver bergenser være villig til å betale 261 kr; som utgjør 118 kr mer enn det de har oppgitt. Betyr det at BKM bør få mindre bevilgninger? Vi skal se at dette ikke nødvendigvis er tilfellet, om vi tar med andre hensyn i betraktningen.

10.2.1 Aggregering på forskjellig vis

Vi har til nå kun sett på bergenseres betalingsvilje. Her vil jeg se på hvordan tallene endrer seg, om også andre grupper blir inkludert i populasjonen. En oppsummering av resultatene finnes i tabell 6.

Tabell 6: Offentlige tilskudd per husstand

	Antall husstander	Totale offentlige tilskudd, per husstand	Kommunale tilskudd, per husstand	Statlige tilskudd, per husstand
Bergen Kommune				
	122 323	290	261	29
Studenter				
Studenter	9900*	3 579	3 223	356
Lokalt marked				
Sone 1	62 490	567	511	56
Sone 2	155 867	227	205	23
Sone 3	213 771	166	149	16
Hordaland				
	212 094	167	150	17
Hele Norge				
	2 201 788	16	14	2
Turister				
Norske	567 271 *	62	56	6
Utenlandske	265 846 *	133	120	13
Totalt	833 117 *	43	38	4

Tallene er hentet fra SSB og Bergen Reiselivslag. Eksakte referanser blir henvist til i teksten

* Personer, ikke husstander

10.2.1.1 Studenter

Vi vet at det er mange studenter som fortsatt er registrert i sin hjemkommune, men som bor og bruker kulturtilbud i Bergen. Selv om de ikke betaler skatt til Bergen, er det forventet at disse også har en mening om verdien av museet. Ved den siste folketellingen i 2001 ble studenter som hadde formell adresse i hjemstedskommunen mens de studerte et annet sted, talt opp. I følge SSB er det 9900 studenter som bor og studerer i Bergen, men som er folkeregistrert i en annen kommune (SSB, 2001).

Samtidig kan man anta at det også er studenter fra Bergen som fortsatt er registrert i kommunen, mens de bor og studerer i en annen by. Det er derfor problematisk å gjøre et konkret anslag på denne verdien uten å telle dobbelt.

10.2.1.2 Bergen Kunstmuseums marked

Å kun regne innbyggerne i Bergen kommune som konsumenter er en sterk underestimering, da BKM definerer sitt lokale marked i tre deler. Det er:

- 1) Bergen sentrum som omfatter bydelene Bergenhus, Årstad og Damsgård (del av Laksevåg)
- 2) Resten av Bergen, samt de nærliggende kommunene Fjell, Askøy, Meland, Os og Lindås
- 3) Resten av Hordaland, samt kommunene sør i Sogn og Fjordane; Gulen og Aurland

Antall husstander i Hordaland er 212 094 (SSB, 2011c). Disse skal ha 167 kr i BV hver for å kunne tilsvare de totale offentlige bevilgningene, noe som er 24 kr mer enn det bergenserne faktisk har oppgitt. Det er likevel sannsynlig at husstander lengre borte fra Bergen har lavere BV, gitt bl.a. lengre reisetid, og lavere brukerverdier.

10.2.1.3 Resten av Norge

Det er heller ikke usannsynlig at også personer fra andre steder i Norge har betalingsvilje for BKM. BKM er Norges nest største kunstmuseum, og Bergen er Norges nest største by. Mange kan mene at en by som Bergen "bør" ha et kunstmuseum, og at BKM også reflekterer tilbake på Norges nasjonale, og kulturelle identitet. Kanskje har de også familie og venner i kommunen, eller barn som skal studere i Bergen, og som de vil skal ha muligheten til å bruke museet. Det er også stor sannsynlighet for at de kan tillegge det en verdi å ha muligheten til å kunne besøke museet hvis de skulle være i Bergen. Siden det er 2 201 787 husholdninger i Norge, må hver husstand være villig til å betale 16 kr hver for å tilsvare de totale offentlige tildelingene, og kun 2 kr hvis vi utelukkende regner med de statlige (SSB, 2011c).

10.2.1.4 Turister

Det å ikke inkludere turister i markedsdefinisjonen er også en undervurdering av total BV. Museet fører ikke statistikk over hvor stor andel av de besøkende som er turister, men har derimot tall over hvor mange som fikk gratis inngang via Bergenskortet¹⁶. I 2010 utgjorde dette alene 4274 personer¹⁷. Da det kun er et fåtall turister som fortsatt kjøper Bergenskortet, regnes dette for å være et

¹⁶ Kort som gjør at man kan reise gratis i Bergen med buss/bybane og får gratis adgang eller rabatt til museer og attraksjoner, kulturtilbud, sightseeingtilbud, restauranter og parkering

¹⁷Tall oppgitt fra markedssjef ved Kunstmuseene i Bergen (John Steinar Hovland)

absolutt minimumsmål. Det er uansett ikke nok å se på de besøkende, da det godt kan tenkes at turister også har ikke-brukerverdier.

For å finne antall turister til Bergen, må man gå gjennom flere ledd og beregninger, da det ikke føres noen nøyaktig statistikk. Statistikken som er tilgjengelig er over antall hotellovernattinger, cruiseturister, og hytte- og campingturister. I tillegg er det mange som kommer til Bergen som bor hos venner og familie, og det er mange som besøker Bergen selv om de bor utenfor byen. Bergen Reiselivslag tar likevel utgangspunkt i antall hotellovernattinger i sine turistanslag, og det samme vil jeg derfor gjøre. I 2010 regner jeg med at det var 833 117 turister i Bergen¹⁸. 70% av dem var norske.

Turistenes BV kan heller ikke sammenlignes med den for Bergens befolkning. Vi kan likevel anta at norske turister har en noe høyere BV enn utenlandske turister, både pga. høyere ikke-brukerverdier, men også pga. høyere inntekt. Skulle turistene alene dekket de totale offentlige tilskuddene til BKM, skulle hver turist ha betalt 43 kr hver (ikke mulig å regne for husstand).

10.3 Betalingsvilje for forskjellige grupper

Det er også interessant å se på BV isolert for enkelte grupper i datasettet. Det er først regnet ut gjennomsnitt, og så gjort t-tester for å se om gruppene har signifikant forskjellig gjennomsnittlig BV. Tabell 20 (vedlegg) viser gjennomsnittlig BV for de utvalgte gruppene, samt om forskjellene er signifikante.

10.3.1 Brukere og ikke-brukere

Forskjellen mellom brukere og ikke-brukere er spesielt interessant fordi de utgjør en så stor del av utvalget, men også pga. spørsmålet om ikke-brukerverdier. Det er naturlig at brukere har en høyere BV enn ikke-brukere, men det er stadig vekk verdt å merke seg at ikke-brukere verdsetter museet til over 100 kr.

¹⁸ Det var i 2010 1,416,299 hotellovernattinger i Bergen, og hver turist overnattet i gjennomsnitt 1,7 døgn (Bergen Reiselivslag, 2010)

Tabell 7: Brukere og ikke-brukeres betalingsvilje

	Brukere		Ikke-brukere	
	Gjennomsnitt	Median	Gjennomsnitt	Median
BV	212	200	104	50
Aggregert BV	8 428 055	7 950 995	8 587 075	4 128 401

De aggregerte ikke-brukerverdiene vil utgjøre en betydelig sum, som på ingen måte har kunnet bli fanget opp før. Siden det allerede er konstatert at det er flere brukere i utvalget enn det er i Bergen, og at fordelingen dermed ikke er representativ, vil det være noe problematisk å gjøre et anslag på hva denne aggregerte verdien virkelig er. Skulle vi anta at utvalget er representativt, og at ikke-brukerne utgjorde 2/3 av Bergen kommune, ville totale bruker- og ikke-brukerverdier kunne kalkuleres ved:

Ligning 3: Aggregert betalingsvilje for ikke-brukere

Ikke brukerverdier_{tot}

$$= \text{antall husholdninger} * \text{andel ikke brukere}$$

$$* \text{Ikke brukerverdi} = 122\,323 * 0,675 * 104\text{kr} = 8\,587\,075 \text{ kr}$$

Ligning 4: Aggregert betalingsvilje for brukere

$$\text{Brukerverdier}_{tot} = \text{antall husholdninger} * \text{andel brukere} * \text{brukerverdi}$$

$$= 122\,323 * 0,325 * 212\text{kr} = 8\,428\,055\text{kr}$$

I virkeligheten vil de totale ikke-brukerverdiene være større, mens de totale brukerverdiene vil være mindre. Siden brukerne har vesentlig høyere BV enn ikke-brukerne vil dermed totalen måtte bli lavere.

10.3.1.1 Brukernes ekstraverdier

Verdsettingsspørsmålet var formulert slik at dette er BV utenom evt. andre støtteordninger. For brukere vil dermed andre beløp brukt på BKM komme i tillegg. Om utvalget var representativt, skulle det bli solgt 205 280 billetter ved Bergen Kunstmuseum i 2011 (jfr. kap. 15 "Om utvalget"). Hvis disse hver gang

betaler inngangsprisen på 100 kr, vil denne ekstra brukerverdien bli over 20 mill. kr i tillegg, som BKM får i inntekter. Dette er langt over faktiske billettinntekter¹⁹.

Siden brukere i utvalget er såpass høyt er det ikke overraskende at estimatet blir høyt. Dette kan ha med at det nok er mange av de faste brukerne som har fordelaktige ordninger som gir dem gratis inngang, som at de er medlem av venneforening, har Bergenskort og lignende. En stor andel av brukerne er også studenter, skoleklasser og barn, som får rabatter eller kommer inn gratis. Brukerne kan også ha overrapportert antall besøk de har lagt bak seg. Til slutt kan det hende at noen har misforstått spørsmålet, og har inkludert inngangspris i sin oppgitte BV. At det kun er 3 brukere som har 0 i BV, og de oppgir at "de som bruker museet burde betale for dette", kan tyde på dette.

10.4 Forskjellig behandling av datasettet

Som drøftet i forrige del (kap.15 "Om utvalget"), finnes det alternative måter å behandle datasettet på. Disse alternativene kan oppsummeres slik:

- Datasett 1: Både protest- og "vet ikke"-svar er tatt ut
- Datasett 2: Svar med tydelige warm-glow-effekter tas ut
- Datasett 3: "Vet ikke"-svarene er satt lik null, mens protestsvarene tas ut
- Datasett 4: Protestsvarene er satt lik null, mens "vet ikke"-svar tas ut
- Datasett 5: Både protest- og "vet ikke"-svar er satt til null

Det mest objektive er, som allerede argumentert for, å ta ut både protest- og "vet ikke"-svar. Det er dermed datasett 1) som blir brukt som referanse gjennom hele oppgaven. Det kan likevel være verd å se litt nøyere på hva resultatet blir om disse svarene blir behandlet annerledes. I tabell 8 vises gjennomsnitt og median når ulike alternativer er brukt.

¹⁹ I 2010 var billettinntekter, salgsinntekter med mer 10 186 698 til hele Kunstmuseene i Bergen

Tabell 8: Betalingsvilje med ulike datasett

	Datasett 1)	Datasett 2)	Datasett 3)	Datasett 4)	Datasett 5)
Gj.sn. BV	143	143	122	114	100
Median BV	100	100	100	50	50
Observasjoner	213	175	250	268	305

Ved å sette observasjoner til null i stedet for å ta dem ut, vil utvalget naturligvis øke. Det betyr at det blir flere å dividere BV på, og den gjennomsnittlige BV blir følgelig mindre. Motsatt skjer når vi tar ut observasjoner. Hvis vi foreløpig ser bort fra datasett 2, ser vi at BV er minst når utvalget teller 305 personer (datasett 5), og mest når vi teller med 213 personer (datasett 1). Medianen ligger forholdsvis stabilt på 50 kr eller 100 kr. Vi har altså en variasjon i gjennomsnittlig BV som går fra 100 kr til 143 kr. Selv om det er liten grunn til å tro at alle som har svart null og "vet ikke", virkelig har en BV som er lik 0, kan det tyde på at et anslag på 143 kr er i høyeste laget.

I datasett 2 har jeg fjernet de respondentene med positiv BV, men som egentlig har BV for noe annet (warm-glow-svar). Å ta ut disse 38 respondentene av datasettet har ingen betydning for verken gjennomsnittet eller medianen.

10.5 CV-metoden og over/underestimering

Ved gjennomgangen av spørreundersøkelsen og CV- metoden ble det tatt en rekke valg, med den hensikt at de skulle føre til et mer konservativt resultat. Jeg valgte å spørre om BV fremfor kompensasjonskrav, avgift fremfor donasjoner, husholdningens BV fremfor den individuelle, og årlige fremfor mer periodiske betalinger. Det er dermed ingen grunn til å tro at BV er overestimert ut fra metodiske årsaker.

10.6 Oppsummering- betalingsviljen

Vi har sett at det ikke finnes noe entydig mål for den aggregerte BV. Om de offentlige bevilgningene virker hensiktsmessige, avhenger av hvem vi inkluderer i populasjonen. Når vi kun sammenligner bergenserens BV med kommunale tilskudd kan se ut som at det offentlige betaler mer for museet enn det innbyggerne ønsker.

Sammenlignet med andre studier er dette et overraskende resultat. Resultatene av de studiene som er gjennomgått tidligere i oppgaven forteller om en aggregert betalingsvilje som langt på vei dekker inn de offentlige bevilgningene. Likevel skal man være oppmerksom på at Norge er et land som skiller seg ut på mange måter. Det er et stort land, men med få innbyggere. Selv om Bergen er Norges nest største by, teller innbyggertallet fortsatt bare rundt 250 000. I studiene som er referert til tidligere, er populasjonene noe helt annet. I det ene tilfellet er det snakk om europeiske og amerikanske storbyer (Martin, 1994; Santagata & Signorello, 2000), i et annet hele delstaten Kentucky (Allen et.al., 2002), og i to av dem er hele landet inkludert (Hansen, 1996; Bravi et.al, 1998).

Vi har likevel indikasjoner på at markedet til BKM også kan antas å være større enn det som har blitt regnet med her, og at den aggregerte verdien for Bergen kommune kan være en *undervurdering*. Vi vet at markedet strekker seg godt utover kommunegrensene, til nabokommuner, nabofylker og det antas at det også finnes en viss BV hos den norske befolkning generelt. Vi kan også med stor sannsynlighet vite at det finnes både studenter og turister som har en positiv BV. Hva denne betalingsviljen er, har det likevel ikke blitt gjort forsøk på å estimere i denne oppgaven.

Til slutt har jeg har også pekt på at den *individuelle* gjennomsnittlige BV i Bergen er *overestimert*. Dette er i hovedsak pga. overrepresentativitet av grupper med høy BV (flere brukere, eldre, kulturelle og som bor i sentrum). Datasettet som er valgt er det som gir det mest objektive og riktige svaret, men som vi har sett gir det også den høyeste gjennomsnittlige BV.

11 Hva forklarer betalingsviljen?

I denne delen skal jeg se på hvilke variabler som forklarer betalingsviljen jeg til nå har analysert. Jeg vil først begynne med å si noe om forventningene om variablenes fortegn, som monner ut i et sett av hypoteser. Disse skal jeg videre teste ved hjelp av regresjonsanalyse. Jeg vil til slutt ta en diskusjon rundt

analysens pålitelighet, basert på bl.a. ulike regresjonsmodeller og bruk av forskjellige datasett.

11.1 Variablene og deres forventede fortegn

Antagelser om forventede fortegn er i hovedsak gjort med utgangspunkt i tidligere studier. Som nevnt kan dette være noe problematisk da det er utført relativt få CV-studier, og både stedene og godene disse er gjort med utgangspunkt i er svært forskjellige. Der tall var mulig å oppdrive, er det også gjort forsøk på å trekke konklusjoner ut fra statistikk fra SSB. I noen tilfeller er sammenhengene åpenlyse nok til at det er brukt intuisjon. En oppsummering og variabeldefinisjon finnes i tabell 9.

11.1.1 Bruker

Er man bruker av museet vil man ha en høyere BV enn ikke-brukere, fordi man da har både bruker- og ikke-brukerverdier. Dette er også resultatet av de aller fleste CV-undersøkelsene som er utført. Er man bruker, betaler man i tillegg inngangspenger for hvert besøk. Det betyr at selv om denne koeffisienten skulle bli null (ikke signifikant), ville brukerne likevel ha en positiv BV. Dette så vi også tydelig i forrige kapittel.

11.1.2 Kulturelle indikatorer

KulturellBergen og kulturellUte skal fange opp om man er kulturelt aktiv, dvs. om man har benyttet seg av mange andre kulturtilbud det siste året. Disse omfatter kino, rockekonsert, klassisk konsert, annen kunstutstilling, annen type museum, teater eller opera. Det er adskilt om man er kulturelt aktiv i Bergen (altså hjemme), eller utenfor Bergen (når man er ute). Mer kulturell aktivitet gir høyere kulturell kapital, og dermed er det grunn til å tro at det er en sammenheng mellom at de som er brukere av ett kulturgode, også er brukere av et annet, og at BV øker som en følge av dette.

I følge Hansen (1996) avhenger denne sammenhengen av om det har en substitusjonseffekt eller en økende effekt på bruk (og verdsettelse) av godet. I hennes analyse av Det kgl. Teater i København er den kulturelle indikatoren positiv (i de modeller den er signifikant). Santagata og Signorello (2000) har brukt en tilsvarende variabel, og også her er den positiv.

Tabell 9: Variablene, deres definisjoner og forventede fortegn

Variabel	Variabel definisjon	Forventet fortegn
BVtall BVkat	Betalingsvillighet i kroner Betalingsvillighet i kategorier, 0-13	
bruker	Dummyvariabel 1= bruker (har besøkt Bergen Kunstmuseum i 2011) 0= ikke bruker (har ikke besøkt Bergen Kunstmuseum i 2011)	+
kulturellBergen kulturellUte	1= Bruker av fire eller flere andre kulturelle aktiviteter 0= Bruker tre eller færre andre kulturelle aktiviteter	+/-
husinntekt	Husstandens inntekt Definert ved intervallmidtpunktet i inntektsgruppen. Kontinuerlig variabel	+
husinntektsq	Husstandens inntekt, kvadrert Kontinuerlig variabel	-
sentrum	Dummy variabel 1= hvis personen bor i Bergen sentrum (Bergenhus) 0= hvis personen bor i en av de andre sju bydelene	+
kvinne	Dummyvariabel 1= kvinne 0= mann	+/-
alder	Kontinuerlig variabel	+/-
uniUtdannelse	Dummyvariabel der 0 = grunnskole og vgs 1 = universitetsutdannelse	+
Yrker - ansattPrivat - ansattKultur - student - trygdet - ansattOffentlig	Individuelle dummyvariabler for hvert "yrke" 1= innehar yrket (er ansatt i privat sektor, i kultursektor, er student, er trygdet/pensjonist, eller ansatt i offentlig sektor) 0= andre	+/-
barn	Kontinuerlig variabel Hvor mange hjemmeboende barn under 18 år	+/-

11.1.3 Inntekt

Husstandens inntekt er brukt fordi det i undersøkelsen er spurt om *husstandens BV*. Personlig inntekt vil ikke ha like klar sammenheng til BV, da det ikke er gitt at det er det mest representative familiemedlemmet som svarer på undersøkelsen.

I følge grunnleggende økonomisk teori er det for normale goder slik at BV øker når inntekt øker, og dermed er det forventede fortegnet positivt. Dette har også med inntektselastisiteten å gjøre.

11.1.3.1 Inntektselastisitet

Inntektselastisiteten er definert som prosentvis endring i BV når en konsumentens inntekt endrer seg med 1%. Hvis denne er positiv, er det et normalt gode. Er den mellom 0 og 1, er det videre et uelastisk gode, som betyr at konsumenten vil kjøpe varen nesten uansett pris. Dess nærmere 0 den er, dess mindre sammenheng er det mellom endring i inntekt og endring i BV. Er den derimot over én, er kunstmuseet et såkalt luksusgode.

Fagekspertene er usikre i forhold til hva inntektselastisiteten for kulturgoder er. Throsby (1994) påpeker at selv om de fleste studier har kommet frem til en signifikant positiv koeffisient på inntekt, har estimatene til *inntektselastisiteten* variert fra null til over 1. I tillegg finnes det undersøkelser som oppsiktsvekkende nok viser at det i økonomiske krisetider blir konsumert mer kultur enn vanlig, noe som tilsier at kulturgoder er et mindreverdige gode (Frey&Pommerehne, 1989: 9)²⁰. Det er med andre ord gjort svært få pålitelige studier på inntektselastisitet, og dermed er det ingen konsensus rundt hva resultatet skal være (Towse, 2010).

11.1.3.2 Inntekt kvadrert

Fra SSB kan man finne at inntektseffekten ikke er lineær (SSB, 2009a). Utgifter til kultur og fritid²¹ øker til den når et toppunkt, og deretter er effekten negativ, før den igjen blir positiv. Selv om dette gir et relativt uklart bilde, kan det utfra

²⁰ Økonomiske krisetider som "The Great Depression", den amerikanske borgerkrigen, og mellomkrigstiden i Frankrike

²¹ Kultur- og fritidstjenester, i prosent av inntekten

teorien tenkes at siden konsum av kunst og kultur er tidsintensivt, kan konsum og BV minke med økt inntekt etter et visst nivå pga. at fritidskostnaden øker. For å ta hensyn til dette er det introdusert en kvadrert variant av husstandens inntekt.

11.1.4 Utdannelse

Flere studier finner en positiv sammenheng mellom høyere utdanning og BV (Axelsen & Navrud, 2004; Hansen, 1996). Frey og Pommerehne (1989) forklarer dette med at personer med høyere utdanning har lavere kostnader relatert til besøket, og dermed lettere for å anskaffe seg kulturell kapital. Kostnadene som er relatert til museumsbesøk kan omfatte det å oppsøke informasjon om museet, forstå utstillingene, og kommunisere med andre om dem. Dette bekreftes av det vi har sett at ikke-brukerne oppgir som grunn til hvorfor de ikke besøker museet.

Utdanning er naturlig nok relatert til inntekt. På grunn av teorier om alternativkostnader og kulturell kapital, er det forventet at de med lav inntekt og høy utdanning besøker museer mest, og omvendt gjelder for de med høy inntekt og lav utdanning (Frey og Pommerehne, 1989). Fortegnet til utdanningsvariabelen forventes derfor å være positivt.

11.1.5 Yrker

For å trekke konklusjoner om fortegnet til de forskjellige yrkene, kan vi kombinere teoriene om inntekt og utdanning som ovenfor. Eksempelvis kan man anta at personer med lav inntekt og høy utdanning (som ansatte i det offentlige; lærere og lavtlønnede akademikere) har en høy BV. Det samme gjelder studenter som foreløpig har svært lav lønn, men høy utdanning. Kombinasjoner av lav utdanning og høy lønn (som selvstendig næringsdrivende og entrepenører; ansatte i det private næringsliv) kan antas å ha noe lavere BV.

Andre kombinasjoner av inntekt og utdanning, som høy inntekt - høy utdanning, og lav utdanning - lav inntekt, er det vanskeligere å si noe om effekten til. Arbeidstakere med disse karakteristikaene finner vi i begge de to sektorene offentlig og privat. Trygdede og pensjonister er også vanskelig å anslå

hvilken retning fortegnet skal gå, siden vi ikke vet noe om deres tidligere yrke (om noen). Det at de sannsynligvis har noe lavere inntekt enn de i arbeid, og samtidig mer fritid, kan gjøre at de har en høyere BV.

I tillegg ligger det helt klart en interesseeffekt i valg av yrke, der noen yrkesgrupper, som kulturarbeidere, vil ha en mer positiv holdning til kulturgode som kunstmuseet. De som jobber i kultursektoren vil derfor intuitivt ha en høyere BV.

11.1.6 Sentrum

Økt reisetid gir sannsynligvis lavere BV, fordi reisekostnaden (med tidskostnad inkludert) blir større. Trolig kan man derfor forvente å se en positiv sammenheng mellom det å bo i sentrum (hvor BKM er lokalisert) og BV. Dette vil antageligvis også gjelde ikke-brukerne, som ved å se museet og bli minnet om dets eksistens i hverdagen, trolig vil ha høyere ikke-brukerverdier.

11.1.7 Kvinne

I følge SSB bruker menn mer penger på kultur og fritid, mens kvinner besøker utstillinger og museer oftere (SSB, 2009b; 2008). Forsøk på å dra konklusjoner blir dermed meningsløse. Litteraturen derimot finner positive sammenhenger mellom det å være kvinne og ha BV for kulturgoder, og mine forventninger vil basere seg på disse (bl.a. Hansen, 1996)

11.1.8 Alder

Etter fylte 66 år synker besøk til museer og utstillinger (SSB, 2008). Resultatet av det kan være et vendepunkt i alderseffekten, som i hovedsak kun vil gjelde de besøkende (brukere). Det kan også være et poeng at eldre har tilegnet seg mer kulturell kapital gjennom tiden. Frey og Pommerehne (1989) peker videre på at eldre er mer opptatt av å bevare fortiden, da de uten den føler seg mer distansert fra den verden de lever i, og mister noe av sin identitet. Siden BKM består av historiske verk, men også satser en hel del på samtidskunst, kan det hende denne sammenhengen ikke er like klar. Oppsummert kan altså fortegnet gå i begge retninger, avhengig av hvilke argumenter som veier tyngst.

11.1.9 Barn

Flere i husholdningen har i tidligere studier vist å ha negativ effekt på BV (Hansen, 1996; Santagata & Signorello, 2000). Har man barn, har man mindre tid til aktiviteter som å gå på museer. For Bryggen i Bergen fant man derimot at variabelen har en positiv effekt (Axelsen & Navrud, 2004). En grunn til en slik motsetning, kan være oppfattet barnevennlighet rundt godet. BKM har satset sterkt på barn den siste tiden, bl.a. med sitt "Kunstlab"-prosjekt, noe som kan gjøre at antall barn har en positiv effekt på BV. Også ikke-brukerverdier som utdannings- og arveverdier kan bli mer betydelige om man har barn.

11.2 Hypoteser

Forventinger om fortegn kan oppsummeres til et sett av alternativhypoteser, som videre kan testes ved hjelp av regresjonsanalyse. Disse er at bruker, sentrum, kvinne og utdanning alle har en positiv effekt på BVtall, og er signifikant forskjellig fra null. Videre har husstandens inntekt også positiv signifikant effekt på BV, men den når et toppunkt hvor inntektseffekten hvor den deretter er signifikant negativ. Det er også forventet at inntektselastisiteten er signifikant positiv, men jeg har ikke kunnet konkludere rundt størrelsen på den. Ut fra teoriene om inntekt og utdanning forventes også at det å være student eller ansatt i kultursektor har en positiv signifikant effekt.

For ansatt i privat næringsliv eller trygdede, og de kulturelle indikatorene har jeg ikke kunnet konkludere hva fortegnet forventes å være. Heller ikke for alder eller barn.

11.3 Resultater

Jeg vil begynne med å estimere en enkel OLS-modell for hele utvalget, for så å se på brukere og ikke-brukere for seg selv. Deretter vil jeg supplere med resultater fra en Logit-modell, der jeg både ser på beslutningen om å ha betalingsvilje og å være bruker. Disse er gjengitt i tabell 10. Til slutt vil jeg sammenligne resultatene med en Poisson-, Probit- og en Tobit-modell.

11.3.1 For hele utvalget

Variabler med signifikant forklaringskraft i OLS-regresjonsanalysen (på et 10% signifikansnivå) er **husstandens inntekt, bruker, sentrum og student**.

Koeffisientenes fortegn stemmer overens med forventningene, ved at de alle har en positiv effekt på BV.

Vendepunktet til husstandens inntekt har også en signifikant forklaringskraft. Det betyr at når husstandens inntekt er over 800 000 kr, vil ikke mer i inntekt lenger har en positiv effekt. Vendepunktet er gitt ved:

Ligning 5: Vendepunktet for husstandens inntekt

$$Husinntekt^* = \frac{\beta_{husinntekt}}{2 * \beta_{husinntekt^2}}$$

Inntektselastisiteten er også regnet ut, og er presentert i tabell 11²². For hele utvalget er inntektselastisiteten ikke signifikant, noe som tilsier at en endring i inntekt ikke har noe å si for endring i BV. Dette kan bl.a. ha med at utgiften til museet utgjør en så liten andel av de totale utgiftene. Det vil særlig gjelde de med høy inntekt, som i dette utvalget utgjør en stor andel.

Alder er også signifikant positiv²³. Det kan dermed tyde på at det er viktigst for eldre å bevare kulturarven, og at de har tilegnet seg mer kulturell kapital gjennom tiden.

Variabler som viste seg å ikke ha noen forklaringskraft er **utdannelse, yrker** (utenom student), **kvinne** og **barn**. Heller ikke de **kulturelle indikatorene** forklarer BV, noe som kan ha med at de til en viss grad kan være endogene variabler.

²² Utregning av inntektselastisiteten er gjort ved: $\varepsilon_{inntekt} = \frac{dBVtall}{dhusinntekt} * \frac{husinntekt}{BVtall}$
 $= (\beta_{husinntekt} + (2 * \beta_{husinntektsq} * gjennomsnittsinntekt)) * \left(\frac{gjennomsnittsinntekt}{gjennomsnittlig BV} \right)$

²³ Det ble også kontrollert for om det kan være noen vendepunkt, men alder kvadrert ble ikke-signifikant

Tabell 10: OLS og Logit regresjoner

	1) OLS BVtall	2) OLS BVtall (bruker)	3) OLS BVtall (ikke- bruker)	4) LOGIT BVtall	5) LOGIT bruker
bruker	79.0 ^{***} (24.7)			1.85 ^{***} (0.62)	
husinntekt	0.32 ^{**} (0.14)	0.97 ^{****} (0.19)	0.066 (0.14)	0.0015 (0.0032)	0.0022 (0.0022)
husinntektsq	-0.20e-04 ^{**} (8.9e-05)	-5.3e-04 ^{****} (-1.4e-04)	-5.8e-06 (-9.9e-05)	-1.3e-06 (-2.1e-06)	-1.4e-06 (-1.5e-06)
sentrum	55.8 [*] (29.1)	123.0 ^{***} (37.9)	28.1 (39.6)	0.88 (0.72)	0.47 (0.40)
kvinne	10.1 (22.1)	-2.04 (41.0)	33.8 (26.9)	0.78 [*] (0.43)	0.51 (0.31)
alder	1.63 [*] (0.92)	-0.37 (1.50)	2.79 ^{**} (1.17)	0.011 (0.022)	0.035 ^{**} (0.014)
uniUtdannelse	16.0 (24.3)	-45.2 (45.0)	44.3 [*] (24.0)	0.51 (0.48)	0.55 (0.37)
barn	6.43 (14.9)	-72.9 ^{**} (29.8)	22.0 (17.4)	4.4e-04 (0.23)	-0.20 (0.20)
kulturellBergen	28.8 (28.2)	-21.5 (35.2)	55.9 (47.2)	0.75 (0.66)	1.68 ^{****} (0.37)
kulturellUte	-38.9 (47.9)	-48.2 (83.0)	-15.2 (67.7)	-1.22 (0.97)	0.89 (0.83)
ansattPrivat	32.0 (25.6)	-11.4 (65.6)	27.0 (30.5)	-0.018 (0.51)	-0.22 (0.39)
ansattKultur	57.2 (54.9)	-12.4 (79.0)	57.1 (87.2)	-0.86 (1.03)	1.66 [*] (0.89)
student	71.8 [*] (41.0)	140.8 ^{**} (69.1)	33.2 (45.3)	0.16 (0.81)	0.92 (0.62)
trygdet	43.7 (39.7)	117.9 [*] (64.3)	-30.0 (48.8)	0.22 (0.92)	0.14 (0.55)
_cons	-128.6 ^{**} (63.5)	-132.1 (118.4)	-113.1 (79.0)	-0.65 (1.60)	-4.29 ^{****} (1.15)
sigma		68	122		263
_cons		0.22	0.02		
<i>N</i>	190			190	
adj. <i>R</i> ²	0.14				

11.3.2 Brukere vs. Ikke-brukere

Det kan være interessant å se på hva som påvirker brukeres BV, i motsetning til ikke-brukere. Det er også viktig å belyse i hvor stor grad bruker-variabelen påvirker resultatene i forhold til endogenitetsspørsmålet. Utvalget er nå svært lite, noe som gjør estimatene noe mer usikre. Resultatene finnes også i tabell 10.

Det første man kan merke seg, er at modellen for brukere har en forklaringsgrad på hele 22%, mens den er kun 2% for ikke-brukerne. Dette viser at sosioøkonomiske variabler i mye større grad forklarer BV for brukere, mens de har lite å si hvis du først ikke er bruker.

Husstandens inntekt er blitt mer signifikant hos brukerne, og ikke signifikant hos ikke-brukerne. Vendepunktet er også signifikant, men mye høyere enn før. Det betyr at for brukere snur inntektseffekten ved inntekt over 915 000 kr. Brukere er altså villig til å betale mer for kunstmuseet når inntekt øker, mens for ikke-brukerne har det ingenting å si. Dette virker plausibelt.

Enda tydeligere blir dette når vi ser på inntektselastisiteten. Som vi har sett ble denne ikke signifikant for hele utvalget sett under ett, og det blir den også for ikke-brukere. For brukere derimot er den signifikant positiv, noe som vil si at museet er et normalt gode; en endring i inntekt vil føre til en høyere BV. Estimaten er 0,81 som videre betyr at museet er uelastisk gode, og dermed at brukerne vil betale for museet uansett pris. Siden konfidensintervallet strekker seg fra 0,25 til 1,35, kan vi likevel ikke utelukke at den er over 1, og dermed et luksusgode.

Sentrum har også en signifikant forklaringskraft for brukere, men ikke for ikke-brukere. Dermed er det kun brukere som verdsetter det å ha kunstmuseet nært, sannsynligvis pga. kortere reisetid- og kostnad. Den antatte effekten av å bli

Tabell 11: Inntektselastisiteter

	Koeffisient	Standardfeil	t	P> t	[95% Konfidensintervall]	
Alle	0,2160	0,1812	1,19	0,235	-0,1416	0,5737
Brukere	0,8058	0,2691	2,99	0,004	0,2662	1,3454
Ikke brukere	-0,0864	0,2796	-0,31	0,758	-0,6406	0,4679

minnet på dets eksistens, er i mindre grad til stede hos ikke-brukere.

Alder har ingenting å si for brukere, men er derimot positiv for ikke-brukere. Det kan dermed tyde på at verdiene eldre tillegget museet i størst grad gjelder for ikke-brukere. Det samme gjelder **utdannelse**; ikke-brukere med høyere utdannelse har signifikant høyere betalingsvilje enn ikke-brukere uten.

Også variabelen for **barn** er interessant. Den har en signifikant negativ forklaringskraft for brukere, mens den er ikke signifikant for ikke-brukere. For brukere betyr dette at de har lavere BV dess flere barn de har, sannsynligvis pga. mindre tid til å besøke museet. Kunstmuseets satsing på barn har dermed enda ikke oppnådd en positiv effekt.

Studenter eller **trygdede** som er brukere, har også en høyere BV for museet sammenlignet med andre. Teoriene om lav lønn, og dermed lavere alternativ- og tidskostnad kan være med å forklare dette. I tillegg kan høy utdannelse (og dermed lavere informasjonskostnad) i tillegg være med å forklare studentenes BV. Når det gjelder de trygdede brukerne, er det vanskelig å si noe om grunnen til deres høyere BV, siden vi ikke vet noe om grunnen til at de trygdet. Pensjonister kan ha helt andre grunner for dette enn uføretrygdede, og her spiller også ulike sosioøkonomiske karakteristika inn.

11.3.3 Logit-modell

Jeg har hittil sett på hva som påvirker *størrelsen* av BV. Med Logit-modellen skal jeg nå gå inn på hva som påvirker om en respondent *har positiv BV eller ikke*, samt hva som bestemmer om han er bruker.

11.3.3.1 Betalingsvilje

Fra tabell 10 (modell 4) ser vi at de eneste variablene som forklarer om man har en positiv BV eller ikke, er **bruker** og **kvinne**. Koeffisienten forteller oss videre at om man er bruker, er oddsen for at man har en positiv BV 6,44 ganger høyere enn den er for ikke-brukere. For kvinner er den 2,12 ganger høyere enn den er for menn. Brukere er altså både mer positivt innstilt enn ikke-brukere til å betale for kunstmuseene, og også for størrelsen på bidraget. Kvinnene er mer positivt

innstilt til å bidra å betale for BKM, men skiller seg ikke signifikant fra menn når det gjelder størrelsen på BV. Det stemmer godt overens med forventningene.

Verken inntekt eller sentrum, som hadde signifikante effekter i OLS modellen, har noen effekt på om du har positiv BV eller ikke. Dette kan ha med at høye og lave bud blir stilt likt (til 1), og at disse variablene derfor ikke har så stor innvirkning som de hadde i forrige modell.

11.3.3.2 Bruker- ikke-bruiker

Om man er bruker forklares av *alder*, om man er *kulturell i Bergen*, og om man er *ansatt i kultursektoren*. Alle disse variablene øker med oddsen hhv. 1.0, 5.4 og 5.17 ganger for at man er bruker. Som vi kan se, er ikke dette de samme faktorene som påvirker om man har BV eller ikke. Om de hadde vært de samme, ville det bety at det kun var brukere som hadde positiv BV for kunstmuseet.

11.3.4 Sammenligning av modeller

For å sjekke robustheten til estimatene er det gjort et forsøk på å sammenligne OLS modellen med poisson og tobit, og logit modellen med probit, som begge har binære avhengige variabler (se tabell 22 i vedlegg for presise estimater, og tabell 12 for en forenklet oppsummering).

Det er akkurat de samme variablene som blir signifikante i de sammenlignbare modellene, og de har også samme fortegn. Jeg har derfor ikke vektlagt å gå dypere inn i tolkingen av disse. Vi ser også at forklaringsgraden til Tobit- og Poisson-modellen er lavere enn for OLS, og for Probit- og Logit-modellen er den det samme.

Konklusjonene som kan dras ut av tabellen er dermed at siden modellene gir samme fortegn og signifikans som OLS- og Logit-modellen, gir det inntrykk av at resultatene er robuste. De er i mindre grad avhengige av hvilken statistiske metode som anvendes, og de gir et rimelig godt bilde på hvilke variabler som har avgjørende innflytelse på BV sin størrelse. Det tyder også på at OLS- og Logit-modellen (alt. Probit) er de beste modellene, da en for lav forklaringsgrad er med å svekke påliteligheten til analysen.

Tabell 12: Regresjoner med bruk av forskjellige modeller. Sammenligning av signifikante variabler med forventninger

	Forventet	OLS	Tobit	Poisson	Logit	Probit
bruker	+	+	+	+	+	+
husinntekt	+	+	+	+		
husinntektsq	-	-	-	-		
sentrum	+	+	+	+		
kvinne	+				+	+
alder	+/-	+	+	+		
uniUtdannelse	+					
barn	+/-					
kulturellBergen	+/-					
kulturellUte	+/-					
ansattPrivat	+/-					
ansattKultur	+					
student	+	+	+	+		
trygdet	+/-					
<i>N</i>		190	190	190	190	190
Pseudo <i>R</i> ²			0,02	0,10	0,16	0,16
adj. <i>R</i> ²		0,14				

11.3.5 Regresjoner med forskjellig datasett

Jeg har også estimert regresjonsligninger med forskjellige datasett, der jeg på samme måte som i analysen av BV, har sett på effekten ved å inkludere/ ekskludere protest-, "vet ikke"-, og warm-glow-svar. En forenklet oppsummering er gjengitt i tabell 13, mens en mer utfyllende (tabell 23) er lagt ved.

Estimatene for de forskjellige regresjonene ser ganske like ut. Det er stort sett de samme variablene som blir signifikante, og de har samme fortegn. Det er likevel noen unntak, som kan bety at det er karakteristika ved de forskjellige svargruppene som påvirker variablenes forklaringskraft. Variansen til variablene sentrum, kulturellBergen og student er de som virker mest påvirkelige for endringer i datasettet, og er ikke konsistent signifikante/ ikke-signifikante i alle modellene. Det er likevel få variabler som varierer, og det er heller ikke de mest kritiske for analysen.

Med et høyere antall observasjoner, og dermed flere innen hver gruppe, kunne estimatene for de enkelte variablene blitt tydeligere. Generelt for modellen synes

Tabell 13: OLS-regresjoner med bruk av forskjellig datasett

	Datasett 1)	Datasett 2)	Datasett 3)	Datasett 4)	Datasett 5)
bruker	+	+	+	+	+
husinntekt	+	+	+	+	+
husinntektsq	-	-	-	-	-
sentrum	+	+			
kvinne					
alder	+	+	+	+	+
uniUtdannelse					
barn					
kulturellBergen				+	+
kulturellUte					
ansattPrivat					
ansattKultur					
student	+			+	
trygdet					
<i>N</i>	190	156	214	239	263
adj. <i>R</i> ²	0,14	0,14	0,09	0,16	0,11

det likevel som at antall observasjoner har lite å si for modellenes forklaringsgrad, da datasettet med flest observasjoner kun har forklaringsgrad på 11% (datasett 5). Selv om datasettet som er brukt i denne oppgaven (datasett 1) ikke er det som gir modellen med høyest forklaringsgrad, mener jeg likefult at de valgene som er tatt i forhold til behandling av tilhørende datasettet er de mest fornuftige.

11.4 Oppsummering - forklaringsvariabler

Det som synes å forklare betalingsviljens størrelse er husstandens inntekt, om individet er bruker av museet, om det bor i sentrum og er student. I tillegg øker den med alderen. Det er flere variabler som forklarer brukernes betalingsvilje, enn ikke-brukernes.

Brukernes betalingsvilje forklares av husstandens inntekt, og av om de bor i sentrum. Videre har også studenter og trygdede en signifikant positiv forklaringskraft, mens antall barn reduserer betalingsviljen. For ikke-brukerne er det kun alder og utdannelse som har forklaringskraft, og disse effektene er i begge tilfeller positive.

Jeg har også sett på hva som bestemmer om man er bruker eller ikke. Her fant jeg at det er alder, kulturell aktivitet i Bergen, og ansatt i kultursektoren, som har signifikant forklaringskraft.

Jeg fant også at resultatene virker robuste i forhold til hvilken modell som brukes til estimering, og til en viss grad for hvilket datasett jeg bruker. Dette leder inn på undersøkelsens pålitelighet.

12 Undersøkelsens pålitelighet

Det har vært en hel del diskusjon om CV-undersøkelser gir pålitelige svar, ettersom respondenter oppgir informasjon om deres hypotetiske atferd. Jeg vil gå gjennom denne undersøkelsens pålitelighet ved å se på den oppfattede realismen i situasjonen, og om det kan tyde på at undersøkelsen er gjenstand for tilfeldige svar (gjetning). Det siste kan til en viss grad kan vurderes med utgangspunkt i regresjonsanalysene.

12.1 Realisme i situasjonen

Hansen (1996) skriver at påliteligheten til undersøkelsen øker dersom scenarioet virker realistisk for respondentene. Realismen forsterkes hvis respondentene har kjennskap til elementene i scenarioet, og at det fremstilles på en forståelig måte. I denne undersøkelsen kan vi anta at de fleste bergensere kjenner til BKM, og hva det innebærer å betale for det over kommunale avgifter. Den hypotetiske verdsettingssituasjonen forventes derimot å være ukjent og det er vanskelig å danne preferanser for et nytt gode. Likevel er det bare 12% som har svart "vet ikke" på verdsettingsspørsmålet i denne undersøkelsen, mot 37% i Hansen (1996)²⁴. Det er en indikasjon på at bergenserne har forstått scenarioet.

12.2 Teoretisk validitet

Om estimatene man finner i regresjonsanalysen er konsistente med teorien, kan vi si at analysen oppfyller kravene om teoretisk validitet (Hansen, 1996). Denne type validitet kan ikke brukes som en kontroll av størrelsen på BV, men om

²⁴ Gjelder for gruppen som ikke fikk informasjon

resultatene varierer i den forventede retning. Ved å sammenligne forventede fortegn med estimerte verdier i tabell 12 ser vi tydelig at dette er tilfellet for denne analysen. Det betyr at faktorene i denne analysen i høy grad forklarer BV slik det forutsies i teorien.

12.3 Forklaringsgrad

Påliteligheten til undersøkelsen handler også om i hvilken grad BV er påvirket av tilfeldige målefeil, noe forklaringsgraden til modellen (R^2) forteller oss (Hansen, 1996). Dess høyere forklaringsgrad, dess lavere er andelen av tilfeldig varians i oppgitt BV. Mitchell og Carson (1989) sier at det bør stilles spørsmål ved CV-undersøkelser med en R^2 på under 15%. Det gir likevel heller ikke mening når den er for høy, da man alltid kan maksimere forklaringsgraden ved å ukritisk ta med for mange forklaringsvariabler. I dette tilfellet forklarer modellene mellom 14-16% av variasjonen i BV.

12.4 Oppsummering – pålitelighet

Oppsummert synes denne undersøkelsens pålitelighet å være akseptabel. Likevel skal det sies at resultatene er noe preget av variasjon og sensitivitet, som også var noe av hovedkritikken fra NOAA-panelet. De konkluderer med at undersøkelsen likefult gir viktig informasjon som kan skape grunnlag for, utgangspunkt og bidrag til debatt, men de understreker at den må brukes i kombinasjon med annet bevismateriale. Dette stiller jeg meg bak.

13 Svakheter ved analysen og videre forskning

Gjennom oppgaven har jeg pekt på flere svakheter ved min analyse, som både kan gjøres bedre, og som i seg selv egner seg til videre forskning.

Jeg vil begynne med erfaringene fra spørreundersøkelsen. For å redusere antall protest-, "vet ikke"- og warm-glow-svar, kunne godet og situasjonen presiseres enda bedre. Sammenlignet med andre studier er likevel antall svar av denne typen få i min undersøkelse. Spørreskjemaet kunne også vært kortet noe ned for å øke svarprosent, særlig fra gruppen av ikke-brukere.

Det er tydelig at representativiteten i utvalget kunne vært bedre, slik at estimatet på betalingsviljen ikke ble overvurdert. Dette gjelder særlig overvekten av brukere, som er eldre og har høy inntekt. Det er nærmest umulig å kontrollere for representativitet på alle variabler, og vanskelig å fange opp selvseleksjonsbias. Å begrense antall brukere burde kunne likevel la seg gjøre. Det ville imidlertid antageligvis ta lengre tid å hente inn dataene, og kostnadene ville øke.

Jeg kunne også ha funnet ut mer om bakgrunnsvariablene, slik at analysene ble mer presise. Et eksempel er de trygdede som jeg samlet i en kategori, men som i virkeligheten er en svært heterogen gruppe. Det er imidlertid en avveining mellom å ha få generelle kategorier, og å ha for mange smale. I det siste tilfellet kan man ende opp med svært få respondenter i hver kategori, som vil gi upresise og ikke signifikante resultater.

Et større utvalg ville løst flere av disse problemene, og gitt mer presise estimater. I teorien skulle et utvalg på 300 respondenter være nok. Likevel var det en del protest- og "vet ikke"-svar, samt respondenter som ikke svarte på flere av spørsmålene, noe som reduserte utvalget. Utvalgsstørrelsen følger likevel av hvilke ressurser man har til innsamling av data, samt av budsjett.

For å kunne behandle endogenitetsproblematikken bedre, kunne jeg også ha prøvd å samle inn flere mulige instrument-variabler, slik at jeg kunne utført en bedre IV-regresjon enn det som har blitt gjort i denne oppgaven.

Jeg ville også i et større prosjekt tenkt nøyere gjennom hva markedet for Bergen Kunstmuseum egentlig var. Jeg ville siden prøvd å estimere betalingsviljen til individene i alle de forskjellige markedene; eksempelvis for innbyggere i Hordaland og resten av Norge. Slik kunne jeg få differensiert estimat på betalingsviljen, og bare slik kunne *hele* den samfunnsøkonomiske verdien av museet bli fanget opp. Det er klart at dette ligger langt utenfor denne oppgaven, både med hensyn til kostnader, tid, og omfang.

Det er tydelig at det er viktig med videre forskning, og flere pålitelige analyser av denne typen. I den avsluttende delen av oppgaven vil jeg peke på noen av grunnene til at jeg mener det, ved å kort oppsummere noen aspekt ved dagens debatt rundt kulturpolitikk.

Avslutning

14 Debatten i Norge

Den rødgrønne regjeringen fører en offensiv kulturpolitikk, og det blir bevilget mer midler enn noen gang før. Likevel er det overraskende lite debatt rundt temaet, og det er marginalt som skiller partiene fra hverandre i kulturpolitiske spørsmål. Jeg vil begynne med å ta en gjennomgang av hvordan det faktisk ser ut i det norske politiske landskapet. Så vil jeg til slutt kaste lys over noen temaer som har blitt forsøkt å initiere en debatt i media, men som i en tydeligere grad burde komme på dagsorden. Det er naturlig nok fra opposisjonen man kan finne flest slike stemmer.

14.1 Kulturpolitikk søker parti

Det har blitt hevdet at de borgerlige partiene svikter sine økonomiske idealer når det kommer til kulturpolitikk, da de fleste her er enige – med unntak av Frp. Rundt forrige stortingsvalg i 2009 uttalte de kulturpolitiske talsmennene fra alle de store norske partiene seg om sin kulturpolitikk (Haugen, 2009). Her svarte alle det samme: målet for kulturpolitikken er å bevare bredden og mangfoldet i kulturtilbudet, og de ønsket å videreføre kulturløftet.

Opposisjonen stod likevel sammen om å mene at det var en altfor stor konsentrasjon av makt rundt daværende kulturminister Trond Giske. Giske selv avviste kritikken, og mente det var et gammel argument uten hold. Videre ønsket Høyre andre finansieringskilder velkommen, og mente at å åpne for mer privat støtte var eneste mulighet for å sikre bredde. Frp derimot vil satse på den kommersielle kulturen, og gjennomføre store kutt i den offentlige støtten. Paritet er også opptatt av å være lydhør overfor hva "folk flest" er opptatt av (Meisingset, 2011a). De bryter med den gjeldende tanken i kulturpolitikken at kvalitet må komme foran kvantitet.

Selv om det er noen variasjoner i kulturpolitikken til de ulike partiene, synes det for det meste å være bred konsensus. Frp er uten tvil det partiet som står for det

klare alternativet, og som lar sin ideologiske tenking få mest betydning for praktisk politikk.

14.2 Filantropisk problem

Selv om flere, særlig de liberale, etterlyser mer penger fra det private, kan det synes som at den private givergleden ikke er tilstrekkelig tilstede. Eller som Nicolai Strøm-Olsen skriver: norsk kulturliv har et "filantropisk problem" (Strøm-Olsen, 2007). Han nevner flere elementer som kan være årsaken til dette. For det første sier han at problemet ligger i at "...de som har råd til det ikke ser verdien i å gi penger til kultur, og middelklassen ønsker i liten grad å donere 1000 kr i året til kulturtilbud de setter pris på". Han peker også på "tradisjonen for å mistenkeliggjøre store givere for kun å ville fremme seg selv".

Et annet problem han tar opp er at det offentlige ikke er gode nok til å ta vare på gaver de har fått. Han viser til eksempler der det offentlige har fått gaver som det har tatt lang tid før ble stilt ut, eller ikke ble det i det hele tatt²⁵. Han mener insentivordningene heller ikke er gode nok, og at kulturinstitusjonene ikke greier å få mange nok rike mennesker til å bidra.

14.3 Problematisering av statlige føringer for kunsten

At private penger uteblir, kan skape problemer for kunsten. De statlige føringene som blir lagt for bevilgning av kulturpengene, satt teatersjef Terje Lyngstad på dagsorden da han tidligere i år skrev et innlegg han kalte "Kunsten i kulturpolitikens klamme klemme" (Lyngstad, 2012).

Han viser til at føringene fra Kulturrådet har blitt langt tydeligere etter 2009. Dette året var hovedmålet kulturelt mangfold, i tillegg til at man ble oppfordret til å markere kulturminneåret. Siden har det blitt flere slike markeringsår, og sterkere føringer. Både grunnlovs- og stemmerettjubileet står for tur, og det blir forventet at kultursektoren deltar.

Lyngstad understreker med sitt innlegg viktigheten av at kunsten må være fri, og at den ikke skal tjene en oppdragsgiver bestemte politiske mål, som for eksempel

²⁵ Eksempelvis gaver til Stenersen-museet, og Langårdssamlingen

integrering, mangfold, toleranse og solidaritet. Dette følger Torbjørn Røe Isaksen senere opp med sitt innlegg "Kunstnerisk frihet - hvis staten vil" (Isaksen, 2012). Han mener at selv om det ingen steder er tvang, er "styringssignalene krystallklare: Dere får penger, vi forventer at dere setter opp de forestillingene vi ønsker".

14.4 Kritisk kulturpolitikk

Kristian Mesingset, kultureddaktør i Minerva, hevdet like før fremleggelsen av statsbudsjettet i fjor at "kulturpolitikken handler om å gi mest mulig penger, ikke ha en faglig fundert politikk" (Meisingset, 2011b).

Han mener fokuset rundt de offentlig tildelingene er feil fra alle sider. Etter en framleggelse av statsbudsjettet er situasjonen ofte den at regjeringen er stolte over hvor mye de klarte å bevilge, samtidig som opposisjonen klager over hvorfor det ikke ble bevilget mer til enkelte felt, og den populistiske siden kritiserer at kulturen får for mye. Det er altså ingen etterlysning etter en faglig, kritisk kulturpolitikk, og Meisingset ønsker mer forskning på effektene av kulturpengene.

14.5 Konklusjon

Det er ikke noe fasitsvar på hvordan museet og kulturgoder best kan støttes. Det er likevel bred enighet om at kultur er viktig - også at den trenger støtte for å overleve. Ut fra gjennomgangen av noe av det som preger dagens debatt rundt kulturpolitikken, er det mye som tyder på at kulturforskning bør fremmes. I tillegg er åpenhet og meningsutveksling viktig, og jeg ønsker velkommen en enda større debatt i media - også med tydeligere standpunkt blant de politiske partiene. Da snakker man ikke lenger bare om den verdifulle kunsten, men også om *hvorfor* den er verdifull, og i dette tilfellet har innbyggerne også fått si noe om *hvor mye*.

Jeg har forsøkt å finne ut akkurat hvor verdifull Bergen Kunstmuseum er for bergenserne. Jeg har også sett på hvordan det kan forsvares at det er det offentlige, og altså innbyggerne, som skal betale for det.

Argumenter for offentlig støtte til kultur, er for det første at kultur er offentlige goder, med både bruker- og ikke-brukerverdier og eksternaliteter som kommer hele samfunnet til gode. Kulturen stiller spørsmål, provoserer, setter ting på dagsorden, og skaper debatt. Bergen Kunstmuseum en viktig kulturinstitusjon, som i tillegg til å være en aktør i samfunnet også har en særlig rolle i forskning, og som formidler og forvalter av vår kulturarv. Informasjonsproblemet er et annet viktig argument for offentlig støtte. Ved at kunsten stadig er i utvikling, henger publikums smak og preferanser etter. Det vil si at risikoen for både å oppsøke og investere i nyskapende kultur er stor, noe som truer kulturens kreativitet og mangfold.

Å ønske velkommen mer privat støtte kan likevel ha sine fordeler. Jeg har pekt på at myndighetene også kan svikte, ved at de har egne interesser som ikke alltid prioriterer kunsten. At staten må ha noe kontroll over de midlene de bevilger, kan også ha motsatt effekt av hva som er ønskelig, og dermed vil flere finansieringskilder bare være tjenlig. For å oppnå mer støtte fra det private i Norge, må det en kulturendring til rundt det å gi private gaver, i tillegg til at det må opprettes bedre insentivordninger. Mer privat støtte bør likevel komme i tillegg til den offentlige, da de offentlige institusjonene med større sikkerhet har mulighet til å tenke langsiktig. Det offentlige har en viktig kontrollfunksjon overfor både mengde og mål for kultur.

Gjennom denne undersøkelsen har jeg fått bekreftet at bergensere ser på museet som et gode for samfunnet, og at det er noe de er villige til å betale for; både brukere og ikke-brukere. Brukere har naturlig nok en høyere gjennomsnittlig betalingsvilje enn ikke-brukere, men ikke-brukernes betalingsvilje er fremdeles over 100 kr.

Bergenserne har samlet sett *ikke en betalingsvilje som svarer til de offentlige bevilgningene*. Ettersom Bergen relativt sett fortsatt har veldig få innbyggere, er ikke dette overraskende. Museet er likevel et av Nordens største, og spiller en viktig rolle både i regional og nasjonal sammenheng. De kostnadene det innebærer å drifte dette, vil aldri kunne bli dekket inn av innbyggernes

betalingsvilje alene. Jeg har imidlertid vist til at avgrensning av markedet ved Bergen kommunes grenser er en undervurdering av verdien, da andre grupper trolig også vil ha en betydelig betalingsvilje for museet.

Det er kun noen få variabler jeg finner som signifikant påvirker bergenserens villighet til å betale for Bergen Kunstmuseum eller ikke. Dette er først og fremst om individet er bruker av museet, og om det er kvinne. *Størrelsen på beløpet* forklares imidlertid av flere variabler. Dette er først og fremst om individet er bruker, og av husstandens inntekt (opptil et visst punkt, før denne effekten blir negativ). Også om individet bor i sentrum, er student eller eldre, har en positiv forklarende kraft på betalingsviljens størrelse.

Det er mange flere variabler som forklarer størrelsen av brukernes betalingsvilje, enn ikke-brukernes. For brukere øker betalingsviljen med inntekt og om de bor i sentrum, er studenter eller trygdede, mens antall barn reduserer den. Ikke-brukeres betalingsvilje synes i mye større grad bestemt av at de faktisk ikke er brukere, og mindre av sosioøkonomiske karakteristika. Alder spiller likevel positivt inn på deres betalingsvilje, og det samme gjør utdanning. Om et individ er bruker bestemmes videre av dets alder, kulturelle aktivitet i Bergen, og om det er ansatt i kultursektoren.

For å verdsette Bergen Kunstmuseum har jeg brukt metoden Betinget verdsetting (Contingent Valuation). Metoden har vært utsatt for kritikk, bl.a. for å være for hypotetisk og for å gi usikre svar. Denne undersøkelsen bekrefter til en viss grad dette, ved at resultatene har vist seg å være noe sensitive for endringer, og at betalingsviljen sannsynligvis er overvurdert. Analysens pålitelighet som helhet er likevel vurdert som akseptabel.

Metodens essens er å spørre et utvalg individer direkte om deres betalingsvilje, og er slik bygget på individs individuelle verdsetting og oppfatninger. Dette er både metodens styrke og svakhet. Metoden er den eneste som fanger opp både bruker- og ikke-brukerverdier, men samtidig betyr det at individene verdsetter godet i kontekst av *hva de vet om det*. Det gir en uvurderlig indikasjon på

innbyggernes betalingsvilje, som gir viktig informasjon til beslutningstakere de ellers ikke ville hatt. Likevel finnes sannsynligvis verdier som ikke er blitt fanget opp av metoden, som andre økonomiske- og kulturelle verdier. Informasjonen er dermed ikke tilstrekkelig, og må ses på som et supplement til eksperters analyser og meninger, og politiske prosesser.

Litteraturliste

- Allen, Steve et.al. (2002) *Valuing the Arts: A Contingent Valuation Approach* i Doug Noonan (2002) *Contingent Valuation in the Arts and Culture: An Annotated Bibliography*, Working Paper Series 03.04
- Arrow, Kenneth, et.al. (1993) *Report on the NOAA Panel on Contingent Valuation*
- Axelsen, Lene Kilsund og Ståle Navrud (2004) *Verdiregnskap for Bryggen i Bergen, Ås*, Rapport til Miljødepartementet
- Aasen, M., et.al (2001) *Økonomisk verdsetting av helleristinger i Østfold*, i Lene Kilsund Axelsen og Ståle Navrud (2004) *Verdiregnskap for Bryggen i Bergen, Ås*, Rapport til Miljødepartementet
- Bateman, Ian, et.al. (2002) *Economic Valuation with Stated Preference Techniques*, Cheltenham, Edward Elgar
- Bergen Reiselivslag (2010) *Årsberetning for 2010*, Bergen, Bergen Reiselivslag
- Bjørnstad, Birgit (2004) *Verdsetting av kulturminner: Betalingsvillighetsundersøkelse av pilegrimsleden til Nidaros*, Ås, Norges Landbrukshøgskole
- Bravi, Marina, et.al. (1998) *Valuing cultural services in Italian museums: a contingent valuation study*, i Ståle Navrud og Richard C. Ready (2002) *Valuing cultural heritage : applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments, and artifacts*, Cheltenham, Edward Elgar
- Det kongelige kultur- og kirkedepartementet (2003) *Stortingsmeldning nr. 48: Kulturpolitikk fram mot 2014*, Oslo, Det kongelige kultur- og kirkedepartementet
- Det kongelige kultur- og kirkedepartementet (2009) *Stortingsmeldning nr. 49: Framtidas museum*, Oslo, Det kongelige kultur- og kirkedepartementet
- Dillman, Don A., et.al. (2009) *Internet, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method*, Hoboken, John Wiley
- Enger, Anne og Erik Henningsen (2011) *Hvorfor trenger vi kulturpolitikken?*, URL: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/Hvorfor-trenger-vi-kulturpolitikken-6703368.html>, Aftenposten (Lesedato: 3.4.2012)
- Evensen, Stine Berg (2011) *Kulturen til motangrep*, URL: <http://www.kunstkritikk.no/artikler/kulturen-til-motangrep/?d=no>, Kunstkritikk (Lesedato: 3.4.2012)

Finansdepartementet (2012), *Statsbudsjettet 2012*, URL: <http://www.statsbudsjettet.no/default.aspx?id=52295>, Oslo, Finansdepartementet (Lesedato 24.4.2012)

Frey, Bruno S. og Werner W. Pommerehne (1989) *Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts*, Oxford, Basil Blackwell

Færø, C. (2000) *Verdsetting av det estetiske bybildet i Kristiania Kvadraturen*, i Lene Kilsund Axelsen og Ståle Navrud (2004) *Verdiregnskap for Bryggen i Bergen*, Ås, Rapport til Miljødepartementet

Hansen, Per Boye (2010) *Hvorfor er kunst viktig?*, URL: <http://www.fib.no/no/Artikler-og-nyheter/Nyhetsarkiv/Hvorfor-er-kunst-viktig/>, Foredrag vår 2010, Bergen, Studentersamfunnet (Lesedato: 11.4.2012)

Hansen, Trine Bille (1996) *Danskernes værdisætning af Det Kgl. Teater*, København, AKF Forlaget

Haugen, Ida Anna (2009) *Dette er partienes kulturpolitikk*, URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/valg-2009/artikkel.php?artid=580132>, Verdens gang (Lesedato: 11.4.2012)

Finans- og tolldepartementet (1997) *Nytte-kostnadsanalyser : prinsipper for lønnsomhetsvurderinger i offentlig sektor*, Oslo, Finans- og tolldepartementet (NOU 1997: 27)

ICOM (2012) *ICOMS definisjon av museum*, URL: <http://www.icom-norway.org/definisjon.html>, Oslo, ICOM (Lesedato 24.4.2012)

Isaksen, Torbjørn Røe (2012) *Kunstnerisk frihet – hvis staten vil*, URL: <http://www.minervanett.no/2012/03/01/kunstnerisk-frihet-%E2%80%94-hvis-staten-vil/>, Minerva (Lesedato: 30.3.2012)

Johnson, Peter og Barry Thomas (1998) *The Economic of Museums*, Durham, Journal of Cultural Economics 22: 75-85

Kunstmuseene i Bergen (2007) *Årsrapport for 2007*, Bergen, Kunstmuseene i Bergen

Kunstmuseene i Bergen (2008) *Årsrapport for 2008*, Bergen, Kunstmuseene i Bergen

Kunstmuseene i Bergen (2009) *Årsrapport for 2009*, Bergen, Kunstmuseene i Bergen

Kunstmuseene i Bergen (2010) *Årsrapport for 2010*, Bergen, Kunstmuseene i Bergen

Kunstmuseene i Bergen (2012a) *Formidling*, URL:
<http://www.kunstmuseene.no/Default.asp?enhet=kunstmuseum&kat=27&sp=1>,
 Bergen, Kunstmuseene i Bergen, (Lesedato 14.3.2012)

Kunstmuseene i Bergen (2012b) *Interaktivt*, URL:
<http://www.kunstmuseene.no/Default.asp?enhet=kunstmuseum&kat=196&sp=1>,
 Bergen, Kunstmuseene i Bergen, (Lesedato 4.4.2012)

Lid, Tore Vagn (2010) *Utkast til fornyelse av en kunstkontrakt*, URL:
<http://www.bt.no/meninger/kronikk/Utkast-til-fornyelse-av-en-kunstkontrakt-1767634.html>,
 Bergens Tidene (Lesedato: 4.4.2012)

Lyngstad, Terje (2012) *Kunsten i kulturpolitikens klamme klemme*, URL:
<http://sfj.kulturnett.no/blogg/kunsten-i-kulturpolitikens-klamme-klemme>,
 Kulturnett (Lesedato: 4.4.2012)

Martin, Fernand (1994) *Determining the Size of Museum Subsidies* i Doug Noonan
 (2002) *Contingent Valuation in the Arts and Culture: An Annotated Bibliography*,
 Working Paper Series 03.04

Meisingset, Kristian (2011a) *Kulturpartiet Frp*, URL:
<http://www.aftenposten.no/meninger/Kulturpartiet-Frp-6700690.html>,
 Aftenposten
 (Lesedato: 4.4.2012)

Meisingset, Kristian (2011b) *Kulturpolitikens blindsoner*, URL:
<http://www.minervanett.no/2011/10/06/kulturpolitikens-blindsoner/>,
 Minerva
 (Lesedato: 4.4.2012)

Mitchell, Robert Cameron og Richard T. Carson (1989) *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*, Washington D.C., Resources for the Future

Navrud, Ståle, et.al. (1991) *Hva er vår kulturarv verdt? En studie av Nidarosdomen*, i
 Lene Kilsund Axelsen og Ståle Navrud (2004) *Verdiregnskap for Bryggen i Bergen, Ås*,
 Rapport til Miljødepartementet

Navrud, Ståle og Richard C. Ready (2002) *Valuing cultural heritage : applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments, and artifacts*,
 Cheltenham, Edward Elgar

Noonan, Doug (2002) *Contingent Valuation in the Arts and Culture: An Annotated Bibliography*, Working Paper Series 03.04

Norges Bank (2011) *Valutakurser*, URL: <http://www.norges-bank.no/no/prisstabilitet/valutakurser/>, Oslo, Norges Bank (Lesedato 10.5.2012)

Quiggin, John (1997) *Individual and Household Willingness to Pay for Public Goods*, American Journal of Agricultural Economics

Respons Analyse, (2012) *Om responspanelet*, URL:
<http://www.responsanalyse.no/?aid=9081599>, Bergen, Respons Analyse (Lesedato 21.4.2012)

Santagata, Walter & Giovanni Signorello (2000) *Individual preferences and allocation mechanisms for a cultural public good: Napoli Musei Aperti*, i Ståle Navrud og Richard C. Ready (2002) *Valuing cultural heritage : applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments, and artifacts*, Cheltenham, Edward Elgar

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2001) *1 Elever/studenter 16 år og over1, etter hvor de er registrert bosatt, hvor de faktisk bor og skolekommune*, URL:
<http://www.ssb.no/emner/02/01/fobstud/tab-2002-11-21-01.html>, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 11.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2008) *05295: Besøk på utstilling av billedkunst eller kunsthåndverk, etter kjønn, alder og utdanning, siste 12 måneder*, URL:
http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/hovedtabellHjem.asp&KortnavnWeb=kulturbar, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 13.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2009a) *09358: Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe og inntekt. Siste års priser*, URL:
http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?Productid=05.02&PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelP.asp&SubjectCode=05, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 11.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2009b) *04972: Utgift per husholdning per år, for aleneboende, etter vare- og tjenestegruppe og kjønn. Siste års priser*, URL:
http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?Productid=05.02&PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelP.asp&SubjectCode=05, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 12.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2009c) *06944: Inntekt etter skatt, etter husholdningstyper. Antall husholdninger og median*, URL:
http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/hovedtabellHjem.asp&KortnavnWeb=inntgeo, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 1.5.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2009d) *Befolkningsstatistikk. Folkemengde etter alder, kjønn, sivilstand og statsborgarskap*, URL:
<http://www.ssb.no/utlstat/arkiv/art-2009-02-19-01.html>, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 1.5.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2010) *06983: Personer 16 år og over, etter kjønn og befolkningens utdanningsnivå (ny nivåinndeling) (K)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?Productid=04.01&PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelP.asp&SubjectCode=04, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 10.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2010b) *08409: Inntektsintervall. Talet på busette personar 17 år og eldre (K)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/hovedtabellHjem.asp&KortnavnWeb=selvangivelse, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 11.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2011a) *14 Folkemengd, etter kjønn, alder og kommune. 1. januar 2011. Hordaland*, URL: <http://www.ssb.no/folkemengde/arkiv/tab-2011-02-24-14.html>, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 12.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2011b) *Tabell:06070: Privathusholdninger, etter husholdningstype (K) (B)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=02, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 14.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2011c) *06076: Privathusholdninger og personer i privathusholdninger (F)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=02, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 12.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2012a) *04317: Folkemengde, etter grunnkrets (G)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=02, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 13.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2012b) *07459: Folkemengde, etter kjønn og ettårig alder. 1. januar (K)*, URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=02, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 10.2.2012)

Statistisk Sentralbyrå (SSB) (2012c) *Konsumprisindeksen*, URL: <http://www.ssb.no/kpi/>, Oslo, Statistisk Sentralbyrå (Lesedato 10.5.2012)

Stock, James H. Og Mark W. Watson (2012) *Introduction to econometrics*, Boston, Mass.: Pearson

Strøm-Olsen, Nicolai (2007) *Kultur på offentlig kommando*, URL: <http://www.dagbladet.no/kultur/2007/10/18/515371.html>, Dagbladet (Lesedato: 5.4.2012)

Strøm-Olsen, Nicolai (2008) *Byråkratiet truer kulturen*, URL: <http://www.minervanett.no/2008/09/25/byrkratiet-truer-kulturen>, Minerva (Lesedato: 5.4.2012)

Throsby, David (2001) *Economics and Culture*, Cambridge, University Press

Throsby, David (2010) *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge, University Press

Towse, Ruth (2010) *A Textbook of cultural economics*, Cambridge, Edward Elgar

Towse, Ruth (2011) *A Handbook of cultural economics*, Cheltenham, Edward Elgar

Weil, Stephen E. (1990) *Rethinking the Museum*, London, Smithsonian Institution Press

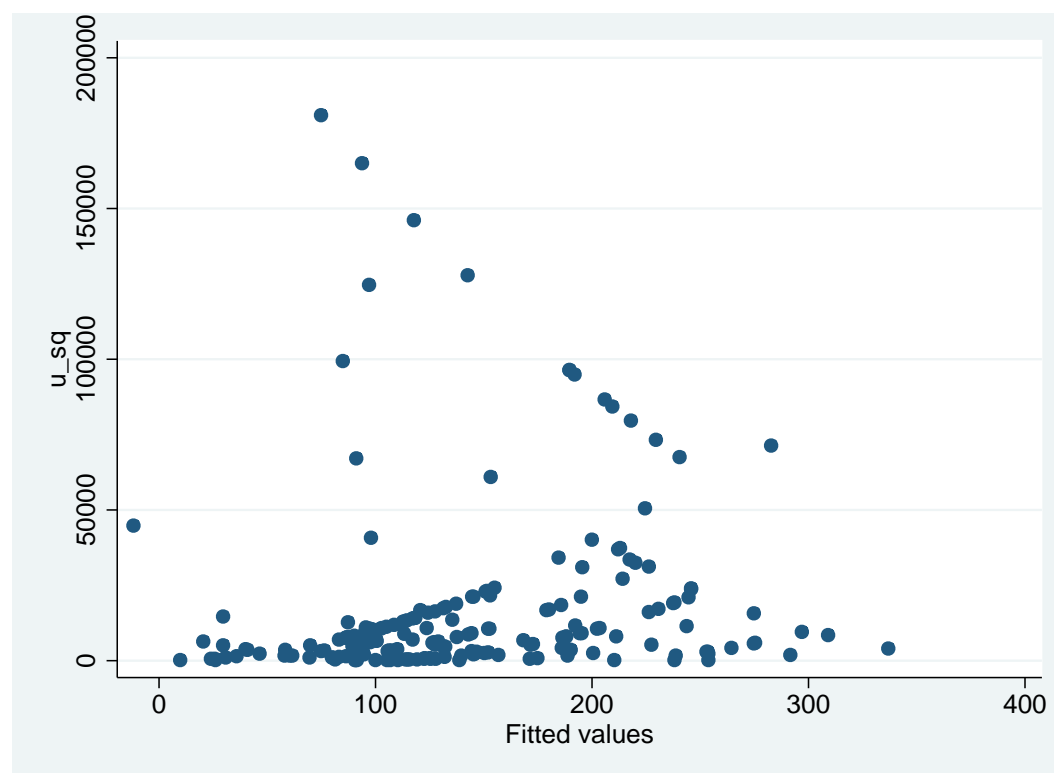
Wooldridge, Jeffery M. (2009) *Introductory Econometrics: a Modern Approach*, Michigan State University, 4th ed., South-Western

Vedlegg

Tabell 14: Korrelasjonsmatrise

	BVtall	bruker	husinntekt	husinntektsq
bruker	0.3449	1.0000		
husinntekt	0.0567	-0.0087	1.0000	
husinntektsq	0.0164	-0.0269	0.9716	1.0000
sentrum	0.1827	0.1670	-0.1416	-0.1350
kvinne	0.0253	0.1197	-0.2132	-0.1918
alder	0.1704	0.1334	0.1272	0.0847
uniUtdannelse	0.0936	0.1529	0.1831	0.1784
barn	-0.0588	-0.1745	0.2402	0.2192
kulturellBergen	0.2097	0.3833	0.1013	0.0827
kulturellUte	-0.0072	0.1436	0.0771	0.0983
ansattPrivat	-0.0412	-0.1605	0.2697	0.2639
ansattKultur	0.1124	0.1454	0.0818	0.0640
student	-0.0417	0.0136	-0.3423	-0.2490
ansattOffentlig	-0.0830	0.0447	0.0979	0.0492
trygdet	0.1123	0.0613	-0.1930	-0.1993
	sentrum	kvinne	alder	uniUtdannelse
kvinne	0.0887	1.0000		
alder	-0.1276	-0.1792	1.0000	
uniUtdannelse	0.1695	0.0719	-0.0714	1.0000
barn	-0.1320	-0.0164	-0.1885	-0.0177
kulturellBergen	0.1413	0.1072	0.0743	0.1513
kulturellUte	0.0898	0.1010	-0.0345	0.1882
ansattPrivat	-0.1858	-0.1686	-0.0253	-0.2275
ansattKultur	0.2732	0.0074	-0.1243	0.1583
student	0.1531	0.1509	-0.5301	0.0038
ansattOffentlig	0.0131	0.1005	0.0060	0.2504
trygdet	-0.0779	-0.0739	0.5559	-0.1648
	barn	kulturellBergen	kulturellUte	ansattPrivat
kulturellUte	-0.1406	1.0000		
kulturellUte	-0.1214	0.2347	1.0000	
ansattPrivat	0.1546	0.0302	-0.0676	1.0000
ansattKultur	-0.0443	0.0278	0.0879	-0.1494
student	-0.1013	-0.0921	-0.0102	-0.2904
ansattOffentlig	0.0648	0.0720	0.1181	-0.5126
trygdet	-0.1769	-0.0474	-0.0927	-0.3175
	ansattKultur	student	ansattOffentlig	trygdet
student	-0.0744	1.0000		
ansattOffentlig	-0.1313	-0.2552	1.0000	
trygdet	-0.0813	-0.1581	-0.2842	1.0000

Figur 5: Grafisk plot for å avdekke heteroskedastisitet: kvadrerte residualer mot predikerte verdier av Y



Tabell 15: Tester for heteroskedastisitet

	chi2	p-verdi
Breusch-Pagan H0: Konstant varians	3.36	0.0667
White H0: Homoskedastisitet	82.76	0.7676

Tabell 16: Instrumentell regresjon

	(1)
	BVtall (IVreg)
bruker	136.9**
	(69.0)
husinntekt	0.31**
	(0.15)
husinntektsq	-2.0e-04**
	(9.7e-05)
sentrum	52.0*
	(29.8)
kvinne	4.72
	(23.9)
alder	1.27
	(1.08)
uniUtdannelse	11.9
	(25.1)
barn	8.88
	(15.8)
ansattPrivat	37.9
	(26.7)
ansattKultur	36.2
	(58.1)
student	61.9
	(44.0)
trygdet	47.4
	(40.5)
_cons	-118.3*
	(71.4)
<i>N</i>	190
adj. R^2	0.12

Standard errors in parentheses

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$

Instrumentert: bruker

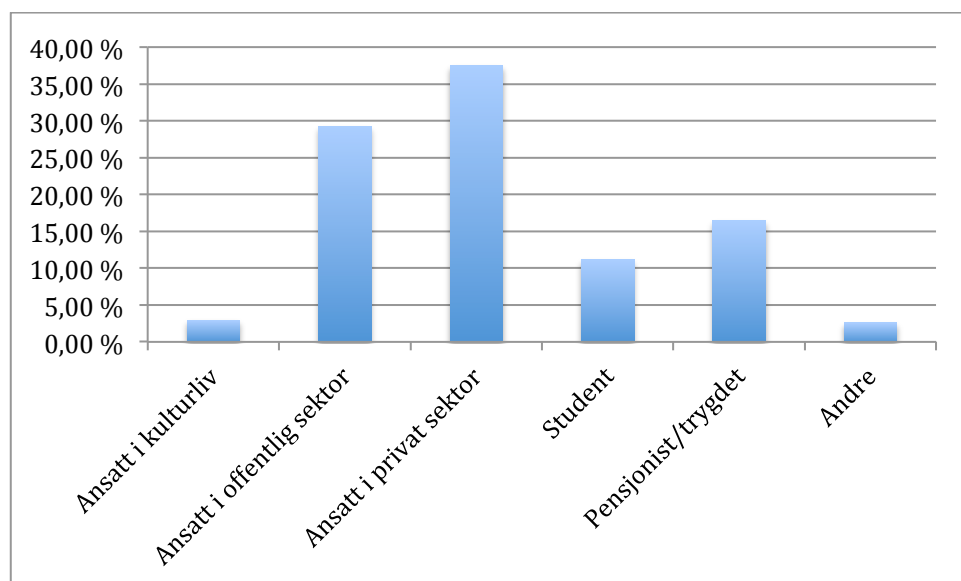
Instrumenter: husinntekt, husinntektsq, sentrum, kvinne, alder, uniUtdannelse, barn, ansattPrivat, ansattKultur, student, trygdet, kulturellUte, kulturellBergen

Om utvalget

Tabell 17: Variablenes representativitet

	Bergen	Utvalg	Avvik
Kjønn (Bergen, 2011)			
Kvinne	50,04 %	55,00 %	4,96 %
Mann	49,96 %	45,00 %	-4,96 %
Bydeler (Bergen, 2011)			
Bergenshus (Sentrum)	14,80 %	18,00 %	3,20 %
Aldersgrupper (Bergen, 2011)			
16-19	6,23 %	0 %	-6,23 %
20-39	37,93 %	34 %	-3,93 %
40-54	25,12 %	29 %	3,88 %
55-66	15,48 %	24 %	8,52 %
67-79	9,83 %	11 %	1,17 %
80-89	4,43 %	1 %	-3,43 %
90-	0,98 %	0 %	-0,98 %
Husholdningsinntekt i tusen kroner (Bergen kommune, 2010)			
Under 150	5 %	3 %	-1,58 %
150-249	14 %	3 %	-11,34 %
250-349	13 %	4 %	-9,20 %
350-449	13 %	11 %	-1,59 %
450-549	10 %	13 %	3,31 %
550-749	15 %	19 %	3,64 %
over 750	30 %	47 %	16,78 %
Utdannelse (Bergen kommune, 2009)			
Grunnskole	24 %	4 %	-20,36 %
VGS	37 %	32 %	-4,88 %
Uni kort	24 %	23 %	-1,48 %
Uni lang	10 %	42 %	31,72 %
Uoppgitt eller ingen	6 %		

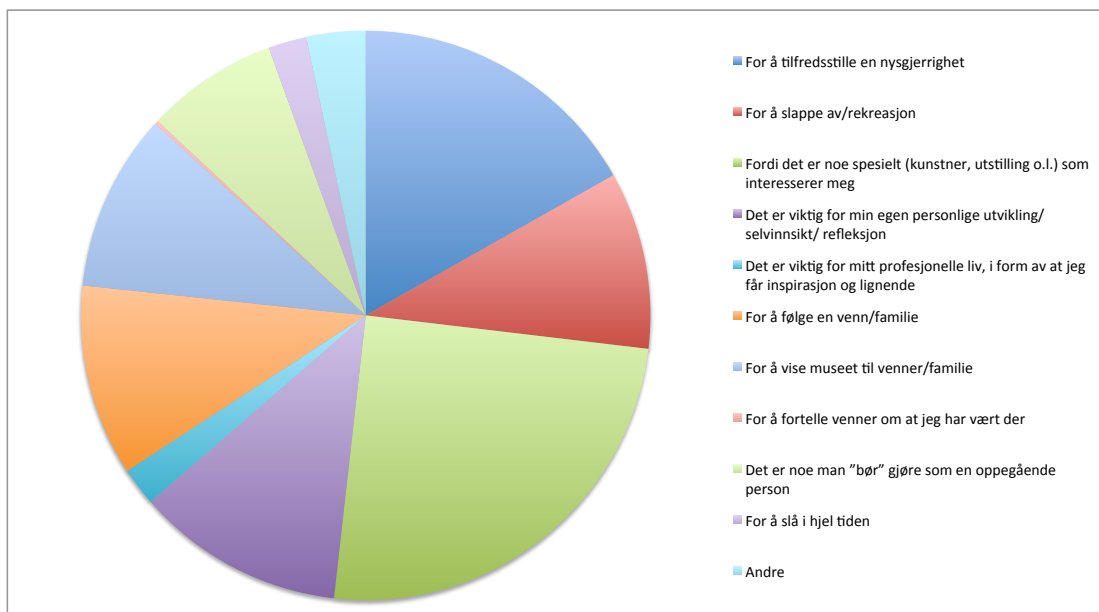
Figur 6: Utvalgets yrkesfordeling



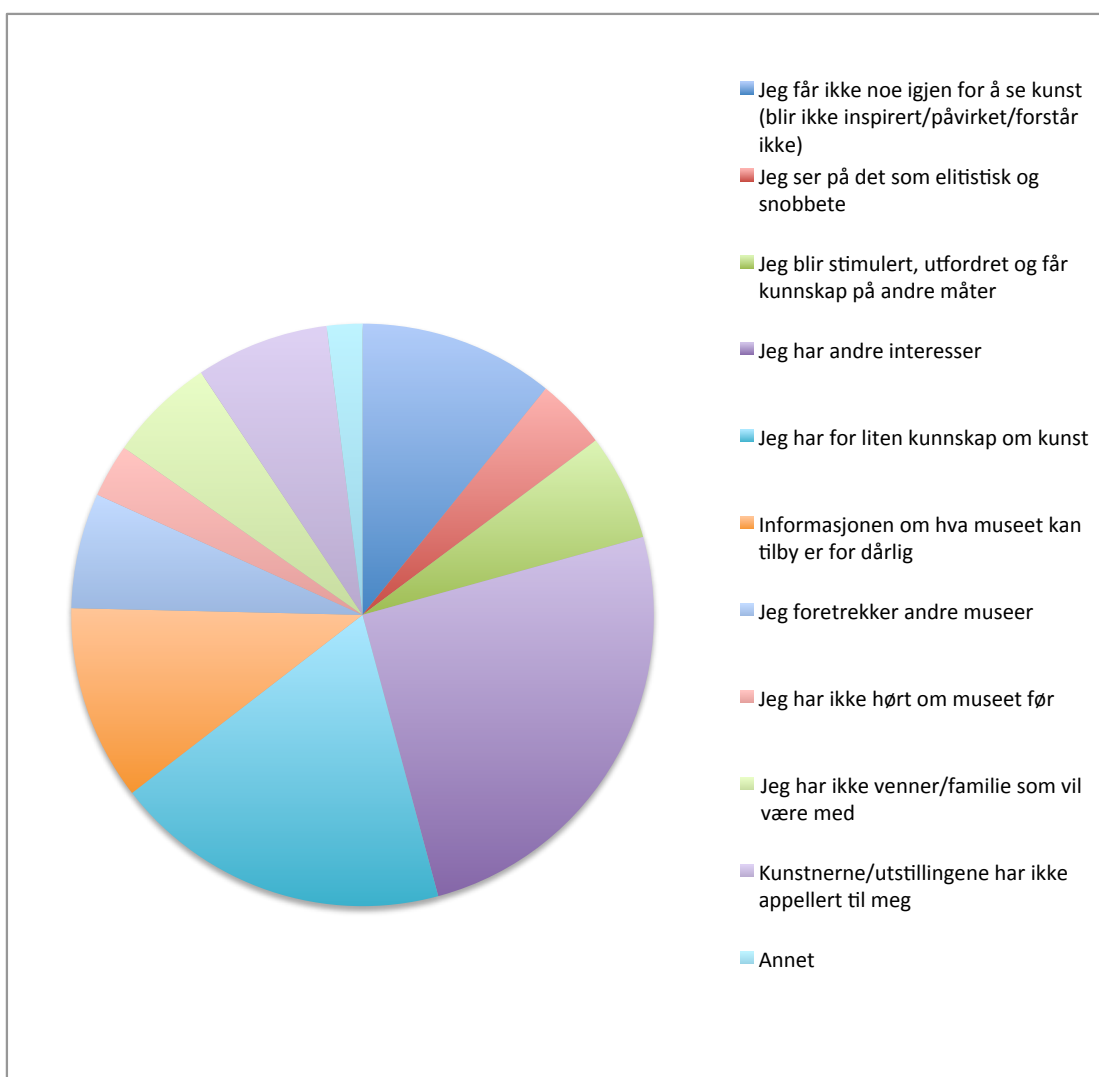
Tabell 18: Deskriptiv statistikk, brukere og ikke-brukere

	Ikke-brukere, gjennomsnitt	Brukere, gjennomsnitt	Differanse
Betalingsvilje	104	212	108
Husstandens inntekt	680	690	10
Sentrum	0,14	0,25	0,11
Kvinne	0,54	0,60	0,06
Alder	45,61	50,67	5,06
Universitets utdanning	0,58	0,76	0,31
Barn	0,64	0,27	-0,37
Kulturell i Bergen	0,09	0,37	0,28
Kulturell utenfor Bergen	0,02	0,08	0,06
Ansatt i privat sektor	0,43	0,26	-0,17
Ansatt i kultursektor	0,01	0,07	0,06
Student	0,11	0,11	0,00
Trygdet	0,15	0,20	0,05
Ansatt i offentlig sektor	0,27	0,33	0,06

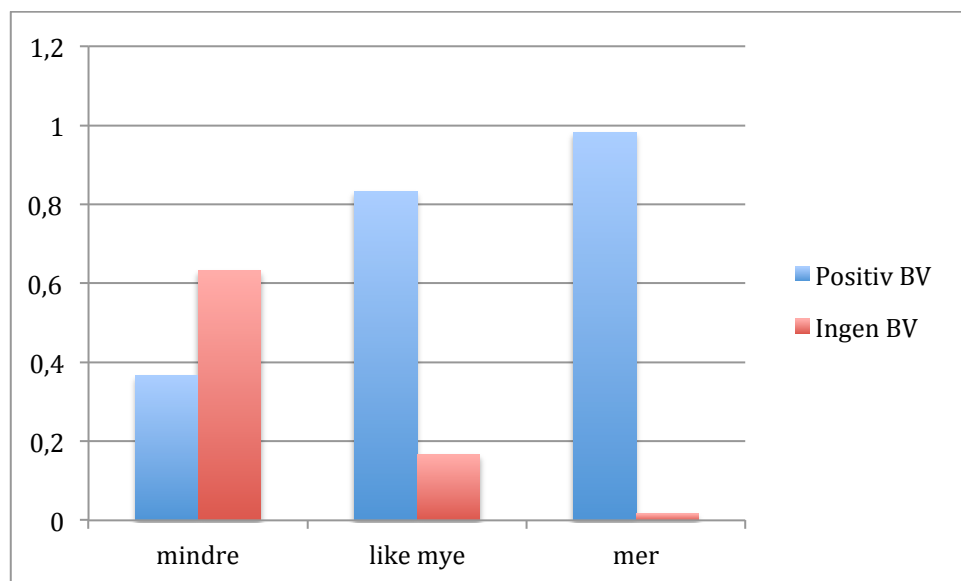
Figur 7: Hvorfor noen er brukere



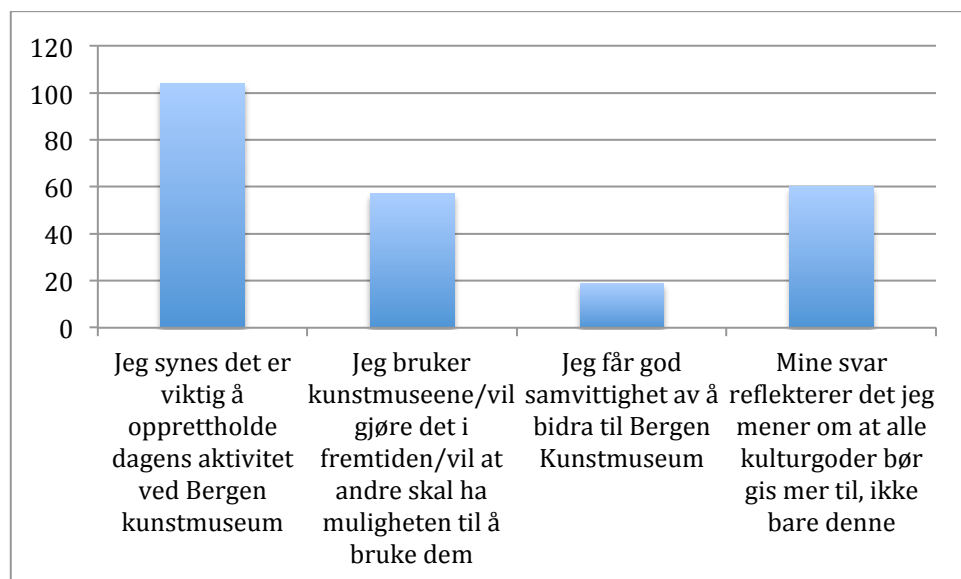
Figur 8: Hvorfor noen er ikke-brukere



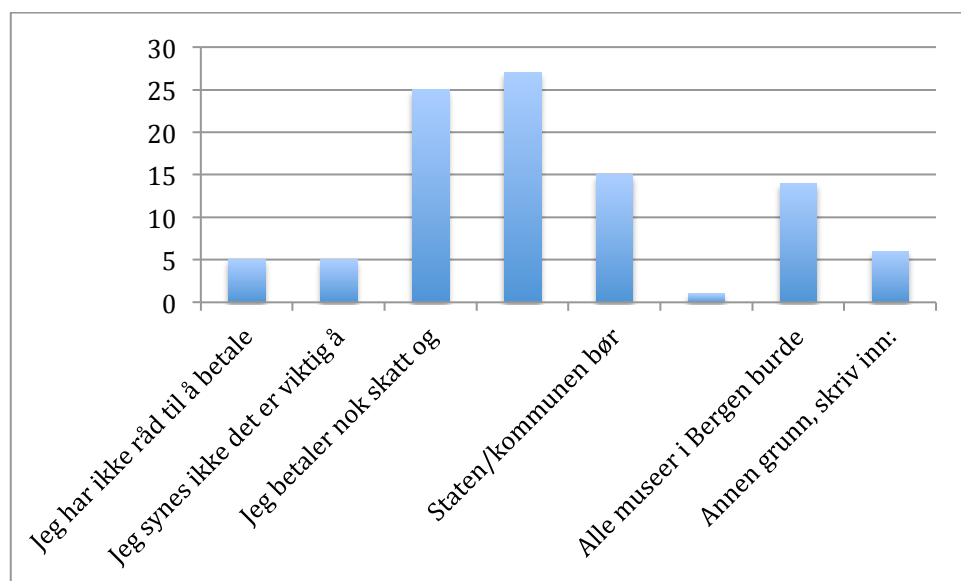
Figur 9: Holdninger: sammenhengen mellom offentlig støtte til kultur, og betalingsvilje for Bergen Kunstmuseum



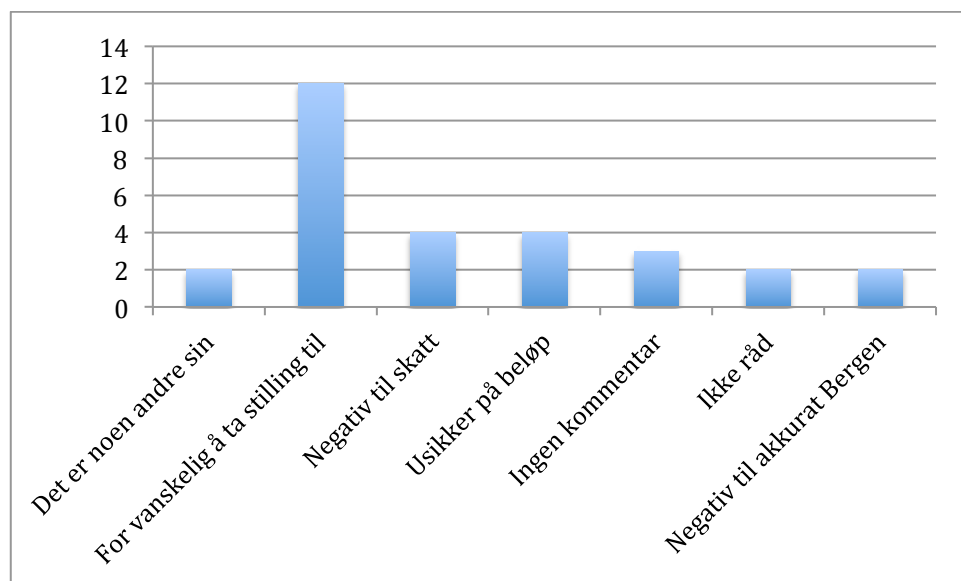
Figur 10: Hvorfor respondentene svarte et positivt beløp på verdsettings spørsmålet



Figur 11: Hvorfor respondentene svarte null på verdsettingsspørsmålet



Figur 12: Hvorfor respondentene svarte "vet ikke" på verdsettingsspørsmålet



Tabell 19: Deskriptiv statistikk, ulike grupper betalingsvilje

	BV>0	BV=0	BV= 0, protestsvar	BV= "vet ikke"	BV= warm- glow	Alle
<i>Antall observasjoner</i>	263	43	55	37	38	305
Betalingsvilje	179	0	0	-	143	143
Bruker	.37	.07	.13	.41	.26	.32
Husstandens inntekt	678	715	685	783	594	683
Sentrum	.19	.07	.18	.19	.18	.18
Kvinne	.58	.44	.40	.78	.63	.56
Alder	47	46	46	47	48	47
Universitets utdanning	.65	.58	.53	.57	.74	.64
Barn	.51	.58	.69	.58	.39	.52
Kulturell i Bergen	.20	.07	.05	.14	.16	.18
Kulturell utenfor Bergen	.04	.05	.04	0	.05	.04
Ansatt i privat sektor	.36	.47	.51	.27	.24	.37
Ansatt i kultursektor	.03	.02	.00	.03	.02	.03
Student	.11	.09	.07	.11	.08	.11
Trygdet	.17	.14	.18	.16	.24	.16
Ansatt i offentlig sektor	.30	.26	.20	.38	.48	.29

Om betalingsviljen

Tabell 20: Betalingsvilje for forskjellige grupper

Gruppe	Gjennomsnittlig betalingsvilje	Er forskjellen signifikant?
Positiv BV	179	Signifikant
Null i BV	0	
Kvinner	146	Ikke signifikant
Menn	139	
Brukere	212	Signifikant
Ikke brukere	104	
Sentrum	209	Signifikant
Utenfor sentrum	129	
Kulturell i Bergen	213	Signifikant
Ikke kulturell i Bergen	123	
Ansatt i kultursektor	250	Signifikant
Andre	139	
Barn	119	Ikke signifikant
Ingen barn	151	
Høy inntekt	145	Ikke signifikant
Lav inntekt	141	
Høy alder	165	Signifikant
Lav alder	120	
Universitetsutdannelse	148	Ikke signifikant
Ikke universitetsutdannelse	133	

Betalingsviljens forklaringsvariabler

Tabell 21: OLS med et økende antall variabler

	(1)	(2)	(3)	(4)
	BVtall	BVtall	BVtall	BVtall
bruker	99.3 ^{****}	89.1 ^{****}	84.0 ^{***}	79.0 ^{***}
	(22.2)	(23.2)	(25.4)	(24.7)
husinntekt	0.25 ^{**}	0.25 ^{**}	0.23 [*]	0.32 ^{**}
	(0.11)	(0.12)	(0.12)	(0.14)
husinntektsq	-1.6e-04 [*]	-1.6e-04 [*]	-1,5e-04 [*]	-2.0e-04 ^{**}
	(8.3e-05)	(8.4e-05)	(-8.7e-05)	(8.9e-05)
alder	1.00	1.30 [*]	1.26 [*]	1.63 [*]
	(0.64)	(0.71)	(0.70)	(0.92)
sentrum		61.0 ^{**}	59.9 ^{**}	55.8 [*]
		(29.1)	(28.5)	(29.1)
kvinne		5.93	5.74	10.1
		(21.7)	(21.7)	(22.1)
uniUtdannelse		6.83	7.68	16.0
		(23.9)	(23.9)	(24.3)
barn		3.00	2.87	6.43
		(14.9)	(15.2)	(14.9)
kulturellBergen			25.9	28.8
			(29.0)	(28.2)
kulturellUte			-48.8	-38.9
			(50.9)	(47.9)
ansattPrivat				32.0
				(25.6)
ansattKultur				57.2
				(54.9)
student				71.8 [*]
				(41.0)
trygdet				43.7
				(39.7)
_cons	-14.1	-49.3	-43.5	-128.6 ^{**}
	(38.9)	(45.8)	(46.4)	(63.5)
N	190	190	190	190
adj. R ²	0.13	0.14	0.14	0.14

Standard errors in parentheses

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$

Tabell 22: Sammenligning av ulike regresjonsmodeller

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	OLS BVtall	TOBIT BVtall	POISSON BVkat	LOGIT BVtall	PROBIT BVtall
bruker	79.0 ^{***} (24.7)	98.0 ^{****} (26.4)	0.46 ^{****} (0.13)	1.85 ^{***} (0.62)	1.01 ^{****} (0.29)
husinntekt	0.32 ^{**} (0.14)	0.37 ^{**} (0.17)	0.0021 ^{**} (0.00087)	0.0015 (0.0032)	0.0012 (0.0017)
husinntektsq	-2.0e-04 ^{**} (-8.9e-05)	-2.4e-04 ^{**} (-1.1e-04)	-1.3e-06 ^{**} (-5.7e-07)	-1.3e-06 (-2.1e-06)	-9.5e-07 (-1.1e-06)
sentrum	55.8 [*] (29.1)	65.8 ^{**} (32.9)	0.28 ^{**} (0.14)	0.88 (0.72)	0.50 (0.38)
kvinne	10.1 (22.1)	22.0 (26.1)	0.095 (0.13)	0.78 [*] (0.43)	0.45 [*] (0.24)
alder	1.63 [*] (0.92)	1.85 [*] (1.11)	0.0094 [*] (0.0052)	0.011 (0.022)	0.0059 (0.012)
uniUtdannelse	16.0 (24.3)	26.2 (29.6)	0.10 (0.14)	0.51 (0.48)	0.26 (0.26)
barn	6.43 (14.9)	5.83 (17.8)	0.031 (0.096)	0.00044 (0.23)	-0.0021 (0.13)
kulturellBergen	28.8 (28.2)	35.5 (29.8)	0.15 (0.13)	0.75 (0.66)	0.39 (0.35)
kulturellUte	-38.9 (47.9)	-57.1 (57.7)	-0.24 (0.26)	-1.22 (0.97)	-0.64 (0.54)
ansattPrivat	32.0 (25.6)	32.6 (30.5)	0.18 (0.16)	-0.018 (0.51)	-0.040 (0.29)
ansattKultur	57.2 (54.9)	52.8 (61.3)	0.27 (0.23)	-0.86 (1.03)	-0.43 (0.57)
student	71.8 [*] (41.0)	80.9 [*] (46.9)	0.44 [*] (0.25)	0.16 (0.81)	0.027 (0.46)
trygdet	43.7 (39.7)	52.5 (45.8)	0.23 (0.19)	0.22 (0.92)	0.082 (0.48)
_cons	-128.6 ^{**} (63.5)	-196.2 ^{**} (81.2)	-0.45 (0.42)	-0.65 (1.60)	-0.35 (0.88)
sigma					
_cons		155.9 ^{****} (10.5)			
N	190	190	190	190	190
adj. R ²	0.14				

Standard errors in parentheses

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$

Tabell 23: Sammenligning av regresjoner med bruk av forskjellig datasett

	Datasett (1)	Datasett (2)	Datasett (3)	Datasett (4)	Datasett (5)
	BVtall	BVtall	BVtall	BVtall	BVtall
bruker	79.0 ^{***}	88.7 ^{****}	56.8 ^{**}	84.8 ^{****}	64.0 ^{***}
	(24.7)	(26.3)	(24.0)	(23.3)	(22.1)
husinntekt	0.32 ^{**}	0.28 [*]	0.24 [*]	0.22 ^{**}	0.17 [*]
	(0.14)	(0.15)	(0.13)	(0.11)	(0.10)
husinntektsq	-2.0e-04 ^{**}	-1.9e-04 [*]	-1.7e-04 ^{**}	-1.4e-04 [*]	-1.2e-04 [*]
	(-8.9e-05)	(-9.9e-05)	(-8.3e-05)	(7.3e-05)	(6.9e-05)
sentrum	55.8 [*]	73.7 ^{**}	43.7	30.8	26.0
	(29.1)	(33.9)	(29.5)	(25.1)	(24.5)
kvinne	10.1	14.9	-6.26	15.1	4.08
	(22.1)	(24.7)	(21.2)	(18.7)	(17.8)
alder	1.63 [*]	1.93 [*]	1.71 ^{**}	1.62 ^{**}	1.64 ^{**}
	(0.92)	(1.09)	(0.85)	(0.79)	(0.74)
uniUtdannelse	16.0	10.6	22.1	20.0	23.6
	(24.3)	(27.5)	(24.2)	(20.3)	(19.9)
barn	6.43	8.10	6.44	6.32	5.15
	(14.9)	(15.6)	(14.2)	(11.6)	(11.1)
kulturellBergen	28.8	25.4	38.1	49.3 [*]	50.7 [*]
	(28.2)	(29.7)	(28.2)	(26.8)	(26.4)
kulturellUte	-38.9	6.34	-13.5	-47.6	-25.7
	(47.9)	(48.0)	(44.8)	(40.4)	(38.4)
ansattPrivat	32.0	45.3	35.7	16.3	21.8
	(25.6)	(29.3)	(23.9)	(22.1)	(20.6)
ansattKultur	57.2	28.9	53.8	85.7	74.6
	(54.9)	(61.3)	(61.6)	(54.5)	(59.6)
student	71.8 [*]	74.2	62.0	67.3 [*]	58.7
	(41.0)	(46.1)	(40.4)	(36.4)	(35.8)
trygdet	43.7	19.3	31.8	28.0	21.3
	(39.7)	(43.3)	(38.8)	(34.7)	(33.5)
_cons	-128.6 ^{**}	-132.3 [*]	-98.4 [*]	-116.3 ^{**}	-96.2 [*]
	(63.5)	(75.8)	(59.4)	(53.6)	(50.6)
N	190	156	214	239	263
adj. R ²	0.14	0.14	0.09	0.16	0.11

Standard errors in parentheses

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$

Spørreskjemaet

Bergen Kunstmuseum- februar 2012

Denne undersøkelsen gjennomføres på vegne av en student ved Norges Handelshøyskole, som i sin masteroppgave skal avdekke bergensernes holdninger til Bergen Kunstmuseum. Undersøkelsen gjennomføres av studenten - uavhengig av Bergen Kunstmuseum og Bergen kommune.

-Sideskift-

Ensva, obligatorisk

1. Hva er ditt kjønn?

Mann

Kvinne

Tallsvar, obligatorisk

2. Hvilket år er du født?

Ensva, obligatorisk

3. Hvilken bydel tilhører du?

1. ARNA,

2. BERGENHUS,

3. FANA,

4. FYLLINGSDALEN,

5. LAKSEVÅG,

6. YTREBYGDA,

7. ÅRSTAD,

8. ÅSANE

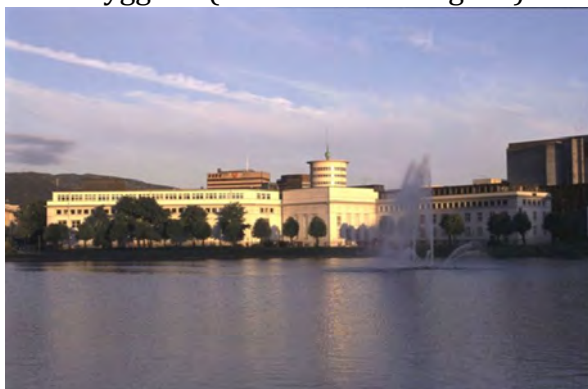
-Sideskift-

Først litt informasjon om Bergen Kunstmuseum:

Museet er blant Nordens største kunstmuseer og viser kunst fra renessanse til nåtid i tre bygninger, Lysverket, Rasmus Meyers Samlinger, Stenersen, som alle ligger langs Lille Lundgårdsvann i Bergen sentrum. Se illustrasjon nedenfor.

Byggene har noe ulikt fokus. Utstillingene i Lysverket er en tradisjonell gjennomgang av kunsthistorien fra tidlig renessanse frem til i dag, med hovedvekt på norsk kunsthistorie. I Rasmus Meyers Samlinger er det kun norske kunstnere, som bl.a. Edvard Munch og Christian Krogh. Stenersen har en egen avdeling for samtidskunst, samtidig som det også er visningssted for museets midlertidige utstillinger. Et eksempel på en slik utstilling er den nåværende utstillingen "TH. Kittelsen- har dyrene sjel?" som handler om Theodor Kittelsens verk, og hvordan verkene gjenspeiler samfunnsforhold, stemninger, og vår forestillingsverden.

Når vi i det videre snakker om Bergen Kunstmuseum eller "museet", omfatter det alle 3 byggene (med alle utstillingene) sett under ett.



-Sideskift-

Bergen Kunstmuseum blir delvis finansiert gjennom offentlige bevilgninger fra både Bergen kommune, Hordaland fylke og Den Norske Stat. Både kommunen, fylket og staten må ofte prioritere mellom ulike satsningsområder.

Matrise, ansvar, ikke obligatorisk

4. Synes du myndighetene skal bruke mindre, mer eller like mye penger som i dag på følgende fellesgoder?

Underspørsmål (randomisert):

Miljø: redusere forurensing, bevare natur

Helse og eldreomsorg

Kultur: opprettholde kulturelt tilbud, arrangementer, utstilling, underholdning osv.

Skolevesen

Bymiljø: vedlikeholde parker, blomsterbed, søppelrydding etc.

Svaralternativer (brukes standard hvor negativt/minst kommer først, for å unngå feilkryss (gjennomgående i hele undersøkelsen)):

Mindre

Like mye

Mer

Vet ikke

-Sideskift-

Ansvar, ikke obligatorisk

5. Hvor viktig er tilbudet av museer i Bergen for deg?

1 – Svært lite viktig

2

3

4

5

6 - Svært viktig
Vet ikke

Ansvar, ikke obligatorisk

6. Hvor viktig for deg er det at Bergen Kunstmuseum finnes?

1 – Svært lite viktig
2
3
4
5
6 - Svært viktig
Vet ikke

-Sideskift-

Matrise, ansvar, ikke obligatorisk

7. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Bergen Kunstmuseum?

Underspørsmål (randomisert):

Det er viktig at Bergen kunstmuseum finnes og bevares til glede for kommende generasjoner

Det er viktig at Bergen kunstmuseum finnes i tilfelle jeg en gang i fremtiden får lyst til å besøke det

Det er viktig at Bergen kunstmuseum finnes til glede for andre (venner, familie eller andre grupper)

Bergen kunstmuseum har betydning for byens kulturelle nivå

Bergen kunstmuseum er viktig for identiteten og stoltheten til byen

Bergen kunstmuseum er viktig for å spre kunnskap om kunst og kunsthistorie

Bergen kunstmuseum er viktig for å utvikle estetisk sans

Bergen kunstmuseum er viktig for å stille spørsmål ved og for å utfordre samfunnet

Bergen kunstmuseum er viktig for annet næringsliv som benytter seg av museets kompetanse

Bergen kunstmuseum er viktig for annen næringsliv hvis omsetning til en viss grad er avhengig av museets (f.eks. hoteller, restauranter)

Bergen kunstmuseum trekker turister til Bergen

Bergen Kunstmuseum er viktigere enn andre museer i byen

Svaralternativer:

1 Helt uenig
2
3
4
5
6 Helt enig
Vet ikke

-Sideskift-

Ensvær, obligatorisk**8. Hvilket alternativ beskriver best hvor ofte du besøker Bergen Kunstmuseum?**

Aldri: Jeg har aldri besøkt Bergen Kunstmuseum

Jeg har vært der én til to ganger i mitt liv og det er nok

Jeg har vært der én til to ganger i mitt liv og kommer til å besøke museet igjen

Av og til: én til to ganger i året, eller ved spesielle anledninger

Regelmessig: rundt én gang i måneden, eller ved nye utstillinger

Annet, skriv inn:

-Sideskift-

Flersvær, ikke obligatorisk, kun for de som har svart annet enn «aldri» i spm. 8**9. Hva beskriver best hvorfor du besøker/har besøkt museet?**

(Sett kryss ved alle passende alternativer)

For å tilfredsstille en nysgjerrighet

For å slappe av/rekreasjon

Fordi det er noe spesielt (kunstner, utstilling o.l.) som interesserer meg

Det er viktig for min egen personlige utvikling/selvinnsikt/refleksjon

Det er viktig for mitt profesjonelle liv, i form av at jeg får inspirasjon o.l.

For å følge en venn/familie

For å vise museet til venner/familie

For å fortelle venner om at jeg har vært der

Det er noe man "bør" gjøre som en oppegående person

For å slå i hjel tiden

Annet, skriv inn:

-Sideskift-

Flersvær, ikke obligatorisk, kun for de som har svart «aldri besøkt» i spm. 8**10. Hvis du aldri bruker Bergen Kunstmuseum, hvilke påstander om museet beskriver best hvorfor du ikke har besøkt det?**

(Sett kryss ved alle passende alternativer)

Jeg får ikke noe igjen for å se kunst (blir ikke inspirert/påvirket/forstår ikke)

Jeg ser på det som elitistisk og snobbete

Jeg blir stimulert, utfordret og får kunnskap på andre måter

Jeg har andre interesser

Jeg har for liten kunnskap om kunst

Informasjonen om hva museet kan tilby er for dårlig

Jeg foretrekker andre museer

Jeg har ikke hørt om museet før

Jeg har ikke venner/familie som vil være med

Kunstnerne/utstillingene har ikke appellert til meg

Annet, skriv inn:

-Sideskift-

Tallsvar, ikke obligatorisk, kun for de som har besøkt museet oftere enn aldri i spm. 8

11. Hvor mange ganger, om noen, besøkte du Bergen Kunstmuseum i 2011? (Skriv 0 dersom du ikke har besøkt museet i 2011)

Noter antall ganger:

Tallsvar, ikke obligatorisk, stilles alle

12. Hvor mange ganger, om noen, planlegger du å besøke Bergen Kunstmuseum i 2012?

(Skriv 0 dersom du ikke planlegger å besøke museet i 2012)

Noter antall ganger:

-Sideskift-

Ansvar, ikke obligatorisk

13. Dersom kommunen gikk inn for en øremerket kommunal avgift for å kunne finansiere driften av Bergen Kunstmuseum (kun for å kunne opprettholde dagens nivå), ville du være negativ eller positiv til en slik skatt?

Negativ

Positiv

Vet ikke

-Sideskift-

Bergen Kunstmuseum holder i dag åpent fra 11-17.00 hver dag (utenom mandag i vinterhalvåret), og har både faste og skiftende utstillinger. Kunstnerne er både kjente og ukjente, nasjonale og internasjonale. Med bakgrunn i dette og den informasjonen du fikk innledningsvis er vi nå interesserte i å finne ut hvor mye det er verd for deg og din husholdning å opprettholde driften av Bergen Kunstmuseum på det nivået det er i dag.

"Tenk deg en situasjon der Bergen kunstmuseum fikk stadig mindre offentlig støtte og at det derfor ble nødvendig for innbyggerne i Bergen å betale ekstra for å opprettholde dagens aktivitet ved museet, og at dette kun ville bli gjort om husholdningene i Bergen var villige til å dekke kostnadene."

Ansvar, obligatorisk

14. Hva er det meste din husstand er villig til å betale som en økt årlig kommunal avgift øremerket det å opprettholde utstillinger og annen aktivitet ved Bergen Kunstmuseum som i dag?

(Sett et kryss ved det beløpet som best beskriver din maksimale betalingsvilje)

0 kr pr. år

20 kr pr. år

50 kr pr. år

100 kr pr. år

150 kr pr. år

200 kr pr. år

250 kr pr. år

300 kr pr. år
 350 kr pr. år
 400 kr pr. år
 450 kr pr. år
 500 kr pr. år
 Over 500 kr pr. år
 Vet ikke

-Sideskift-

Ansvar, ikke obligatorisk, kun stilt til de som svarer 0 kr i spm. 14
15. Hva er den viktigste årsaken til at du ikke vil betale noe?

Jeg har ikke råd til å betale
 Jeg synes ikke det er viktig å opprettholde dagens aktivitet ved Bergen Kunstmuseum
 Jeg betaler nok skatt og avgifter allerede
 De som bruker museet burde betale for dette
 Staten/kommunen bør betale
 Alle *kunstmuseer* burde få mer bevilgning, ikke bare Bergen kunstmuseum
 Alle *museer i Bergen* burde få mer bevilgning, ikke bare Bergen kunstmuseum
 Annen grunn, skriv inn:

-Sideskift

Flersvar, ikke obligatorisk, randomisert, svart positivt beløp i spm. 14
16. Hva er årsaken(e) til at du svarte et positivt beløp?
(Sett kryss ved alle passende alternativer)

Jeg synes det er viktig å opprettholde dagens aktivitet ved Bergen kunstmuseum
 Jeg bruker kunstmuseene/vil gjøre det i fremtiden/vil at andre skal ha muligheten til å bruke dem
 Jeg får god samvittighet av å bidra til Bergen Kunstmuseum
 Mine svar reflekterer det jeg mener om at alle kulturgoder bør gis mer til, ikke bare denne
 Andre grunner, skriv inn:

-Sideskift-

Åpen tekst, ikke obligatorisk, stil til de som har svart «vet ikke» i spm. 14
17. Vennligst skriv hvorfor du ikke vet om du vil betale noe:
Noter:

-Sideskift-

Ansvar, ikke obligatorisk
18. Hva er din sivilstatus?

Gift
 Ugift
 Samboer
 Skilt

Enke/enkemann

Tallsvar, ikke obligatorisk

19. Hvor mange personer er det i din husholdning, inklusive deg selv?

Noter antall:

Tallsvar, ikke obligatorisk

20. Hvor mange barn under 18 år bor det i din husholdning?

Noter antall:

-Sideskift-

Åpent tekstfelt, ikke obligatorisk

21. Hva er din nasjonalitet?"

Norsk

Annet, skriv inn

Ensvr, ikke obligatorisk

22. Hva er din primære yrkessituasjon?

Hjemmeværende

Midlertidig arbeidsledig

Ansatt i kulturliv

Offentlig ansatt (utenom kulturliv)

Ansatt i privat foretak (utenom kulturliv)

Student

Pensjonist/trygdet

Annet, skriv inn:

Ensvr, ikke obligatorisk

23. Hva er din høyest fullførte utdanning?

Grunnskole (7-10 år)

Videregående skole

Universitetsutdanning 3 år eller mindre

Universitetsutdanning mer enn 3 år

-Sideskift-

Tallsvar, ikke obligatorisk

24. Hvor mange år har du bodd i Bergen?

Noter antall år:

Ensvr, obligatorisk

25. Er du bruker av andre kulturtilbud i Bergen?

Ja

Nei

-Sideskift-

Flersvar, ikke obligatorisk, hvis «ja» på spm. 25

26. kryss av for alle alternativer som passer deg:

Jeg har vært på kino i Bergen det siste året.

Jeg har vært på rockekonsert i Bergen det siste året.

Jeg har vært på klassisk konsert i Bergen det siste året.

Jeg har vært på kunstutstilling i Bergen det siste året (ikke Bergen Kunstmuseum).

Jeg har vært på en annen type museum i Bergen det siste året (ikke kunstmuseum).

Jeg har vært på teater i Bergen det siste året.

Jeg har vært på opera i Bergen det siste året.

Andre, skriv inn:

-Sideskift**Ansvar, obligatorisk****27. Er du bruker av andre kulturtilbud i inn- og utland utenom Bergen?**

Ja

Nei

-Sideskift-**Flersvar, ikke obligatorisk, hvis «ja» på spm. 27****28. kryss av for alle alternativer som passer deg:**

Jeg har vært på kino utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på rockekonsert utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på klassisk konsert utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på kunstutstilling utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på en annen type (enn kunst) museum utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på teater utenfor Bergen det siste året.

Jeg har vært på opera utenfor Bergen det siste året.

Andre, skriv inn:

-Sideskift-

De neste spørsmålene er av stor viktighet for den statistiske verdien av svarene du har avgitt tidligere. Vi ber deg derfor om å krysse av for de alternativene som er mest nærliggende for deg.

Ansvar, ikke obligatorisk**29. Omtrent hvor stor var din *personlige* årlige bruttoinntekt før skatten var trukket fra i 2011? (Trenger ikke nødvendigvis å ha med «brutto» når «før skatten var trukket fra» også er nevnt)?**

0-100 000

100 000- 200 000

200 000- 300 000

300 000- 400 000

400 000- 500 000

500 000- 600 000

600 000- 700 000

700 000- 800 000
800 000- 900 000
900 000- 1000 000
1000 000- 1100 000
1100 000- 1200 000
Over 1,2 millioner
Ønsker ikke å besvare

Ansvar, ikke obligatorisk

30. Omtrent hvor stor var din *husholdnings* årlige bruttoinntekt før skatten var trukket fra i 2011?

0-100 000
100 000- 200 000
200 000- 300 000
300 000- 400 000
400 000- 500 000
500 000- 600 000
600 000- 700 000
700 000- 800 000
800 000- 900 000
900 000- 1000 000
1000 000- 1100 000
1100 000- 1200 000
Over 1,2 millioner
Ønsker ikke å besvare

-Sideskift-

Standard avslutningsside.