



LØNNSOMME OPPLEVELSER

18. desember 2007 la regjeringen fram strategien "Verdifulle opplevelser". En strategi der økt lønnsomhet står sentralt, og hvor næringsen selv sluttet seg til målene og forståelsen av hvordan en så sammensatt næring fungerer.

NHO Reiseliv var både en konstruktiv deltaker i arbeidet som ledet fram mot strategien, og har fulgt opp regjeringens arbeid med å gjennomføre den i etterkant. Etter halvannet år er den fortsatt et like aktuelt instrument for å løse mange av de hovedutfordringene reiselivet står ovenfor, og til å forløse mer av reiselivets potensial.

Samtidig har NHO Reiseliv påpekt at strategien har klare mangler. Selv om lønnsomhet er ett av regjeringens hovedmål, tar den ikke inn over seg at deler av reiselivet har svært lav lønnsomhet selv i de beste år. Og nå, med finanskrisen, endret forbruksmønster og resesjon i det internasjonale markedet, blir dette tydelig.

Dette er ikke et forbigående fenomen som er skapt av finanskrisen. Det er et problem som bunner i at store deler av næringsen har for små marginer. Det vil den fortsatt ha når tidene igjen snur.

Det er derfor nødvendig å bedre den grunnleggende lønnsomheten i næringsen. For å gjøre dette, må man først og fremst forstå den. En ikke liten oppgave for en næring så sammensatt i bransjer, drift og kostnadsstruktur som det reiselivet er.

Denne analysen, som er utviklet av Paveto Essens på oppdrag fra NHO Reiseliv, er gjort for å heve forståelsen av og innsikten i reiselivets økonomiske utvikling og sammensetning. I tillegg til å gå grundig gjennom de forskjellige bransjene og forskjeller innad i disse, er det også gjort beregninger av hvilke utslag endringer i enkelte av de for reiselivet mest tyngende avgifter vil gi på bedriftenes bunnlinje.

Kunnskap om det siste må også være rettesnor i NHO Reiselivs arbeid med å gi næringsen gode rammevilkår. Og det må danne grunnlag for myndighetene når de skal vurdere virkemidler for å lykkes i en satsing på reiseliv – og legge til rette for at de 150.000 som i dag arbeider i næringsen skal bli enda flere.

Med hilsen

Knut Almquist
Administrerende direktør

1 Innledning

1.1 Mål

I november 2008 ble det igangsatt et arbeid for å analysere lønnsomheten i norsk reiselivsnæring. Dette med utgangspunkt i at reiselivet har lønnsomhetsmessige utfordringer, og at det derfor er viktig å identifisere disse nærmere og å se på hvilke faktorer som betyr noe ifht å styrke lønnsomheten i reiselivet. Sentrale aktiviteter i prosjektet har vært:

- Analysere lønnsomheten i norske reiselivsbedrifter, herunder kostnadsstrukturer.
- Identifisere kostnadselement, spesielt ved rammebetingelsene og betydningen for bedriftenes lønnsomhet
- Identifisere mulige områder for oppfølging med sikte på å løfte lønnsomheten

Analysen omfatter en status for bedriftene på følgende parametre:

1. **Lønnsomhet** – dvs hvor mye penger bedriftene tjener. Dette belyses med driftsmargin og avkastning på total kapital.
2. **Soliditet** – dvs bedriftenes evne til å tåle tap. Soliditeten er målt ved å se på bedriftens egenkapitalandel (egenkapital/ total kapital). Måltallet eller kravet til egenkapitalandel er ikke absolutt. Det er imidlertid et krav at denne skal være forsvarlig i forhold til den risiko som bedriften er eksponert for. Generelt er det slik at en bedrift er mer robust, jo høyere egenkapitalandelen er.
3. **Likviditet** – dvs bedriftens evne til fortløpende å dekke sine betalingsforpliktelser. Denne forteller noe om hvor godt grunnlaget for fortsatt drift er, og hvilken konkurrisiko bedriften står overfor. Likviditeten er målt ved likviditetsgrad 2, dvs mest likvide omløpsmidler i forhold til kortsiktig gjeld.

Dette dokumentet beskriver resultatene av arbeidet, herunder analysene av lønnsomheten i reiselivet i perioden 2005 -2007, sentrale kostnadsstrukturer og vurderinger som er gjort mht enkelte faktorer av betydning for bedring av bedriftenes lønnsomhet.

1.2 Kilder, arbeidsform og forutsetninger

Kjernen i datamaterialet er godkjente årsregnskap levert til Brønnøysundregistrene for regnskapsårene 2005, 2006 og 2007. Det er gitt en nærmere spesifisering av utvalgs- og analysekriterier for de selskapene som tilhører bransjekoder som spesifisert i vedlegg 1. Bedriftene i utvalget utgjorde 5305 bedrifter, før bearbeiding.

I tillegg til årsregnskapene har vi fått tilgang på et utvalg driftsregnskap for bedrifter innen de nevnte gruppene. Dette for å kunne få mer detaljert innsikt i sentrale kostnadsposter og for å kvalitetssikre analyser og beregninger som vedrører rammebetingelser.

Regnskapstallene er kvalitetssikret og levert av Dun & Bradstreet. All bearbeiding og analyse av tallene er Paveto Essens' ansvar.

1.3 Metodiske problemstillinger

Analysen er basert på at bedriftene sorteres etter bransjekode. Det er bedriftene selv som registrerer seg på den bransjekode som virksomheten driver innen. Det kan være noe usikkerhet om bedrifters tilhørighet til de bransjekoder de er registrert på, spesielt for bedrifter som driver virksomhet i flere segmenter. Det er gjort en gjennomgang av enkelte koder av NHO reiseliv, med sikte på å identifisere omfang av feilregistrering. Inntrykket er det ikke forekommer mye feilregistrering.

Det er knyttet noen metodiske utfordringer til analysen. Dette gjelder spesielt:

Selskapsorganisering – Det er vanlig, spesielt innen hotellnæringen, at eiendommer og drift er registrert i ulike selskaper. I enkelte eierkonstellasjoner finnes også en del andre eiendommer enn hotell. Det er korrigert for kjente forhold, men det har ikke vært mulig å ta høyde for alle slike konstellasjoner i analysen. Dette krever gjennomgang av alle selskapene.

Finansielle /strukturelle endringer – en del selskaper har gjennomført større endringer kjennetegnet ved finansielle transaksjoner som påvirker lønnsomhetsbildet i betydelig grad, uten at dette er forklart med endring i marked eller driftsbetingelsene forøvrig. Dette antas blant annet å skyldes aktiviteter mht kjøp og salg av virksomhet. Det har ikke vært mulig å korrigere for dette.

By og land – for analyseformål er bedriftene gruppert etter beliggenhet i hhv bykommuner og distriktskommuner. Grunnlaget for denne grupperingen er steder/kommuner som har registrert bystatus. Selv om det på de fleste steder er en klar sammenheng, er dette likevel ikke et objektivt kriterium for grad av urban eller sentral beliggenhet.

Variasjoner – Det er store variasjoner i bedriftenes størrelse og resultater. Når man regner med gjennomsnitt kan dette gi seg utslag i at enkelte bedrifter påvirker snittet mye, og dette kan bidra til at snittet ikke er representativt for den gruppen av bedrifter man ser på. Et alternativ er å bruke median som mål. Ettersom analysen skiller bedriftene på størrelse, mener vi denne usikkerheten langt på vei er avdekket.

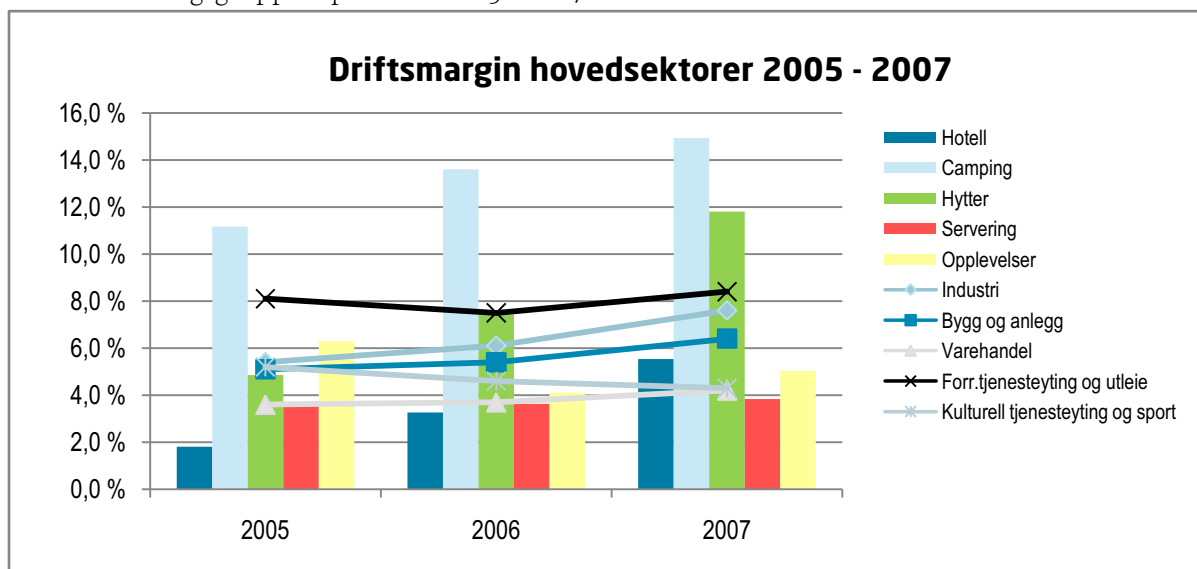
2 Reiselivsnæringen - situasjonen i 2005 - 2007

Utviklingen i lønnsomhet for en næring er interessant av flere grunner. Dersom man sammenholder utviklingen over tid for reiselivsnæringene med tilsvarende for andre næringer vil en være i stand til å vurdere hvor attraktiv næringen er mht å tiltrekke seg investeringer og å rekruttere arbeidskraft. Videre er dette interessant mht å vurdere tilrettelegging fra myndighetene. Før vi går inn i detaljene for de enkelte næringer, ser vi i dette kapitlet på hovedstørrelsene.

2.1 Driftsmarginer

Det har vært noen gode år for reiselivet. Med unntak av opplevelses-bedriftene har det vært en markant forbedring av driftsmarginene i alle hovedsektorene i reiselivet. Sammenlignet med andre hovednæringsgrupper er det store variasjon mht hvor godt reiselivsbedriftene gjør det.

Driftsmarginen viser hvor mye som blir igjen fra driften til å dekke faste kostnader, betjene kapital og overskudd. Figuren under viser utviklingen i driftsmarginer for hovedsnæringsgrupper i perioden 2005 – 2007:



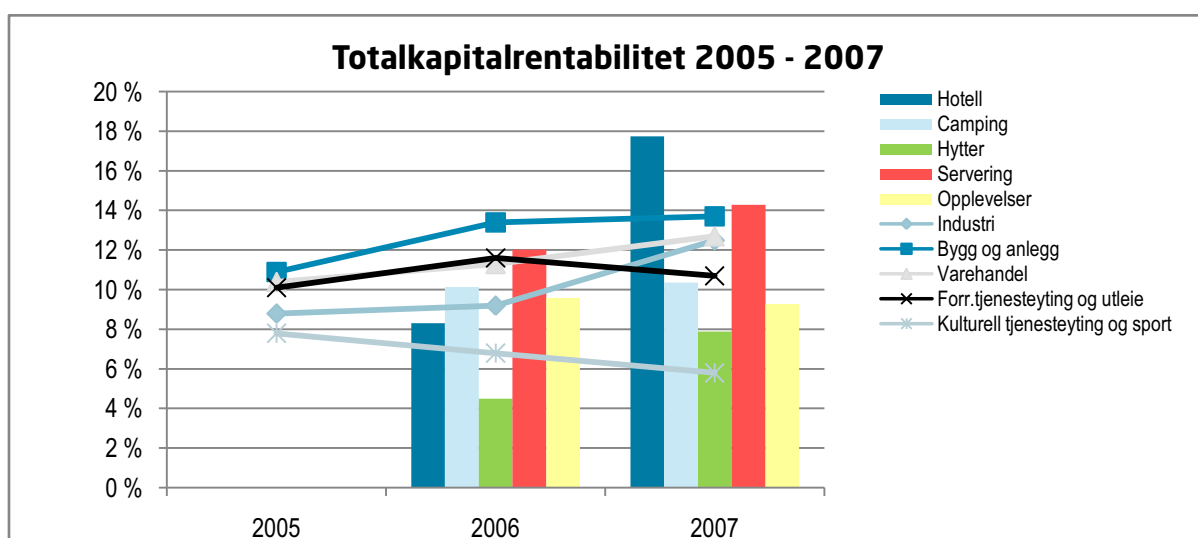
Figur 2.1.1: Driftsmarging for hovedsektorer, 2005 - 2007.

Sammenligningen med andre hovednæringsgrupper viser at det er campingbedrifter og hytteutleiebedriftene som har de beste resultatene fra driften. Begge disse ligger godt over både forretningsmessig tjenesteyting, bygg og anlegg og industri. Som det fremgår har hotellene en svært bra forbedring av driften i perioden og innhenter både varehandel og kultur og sport. Når det gjelder servering ligger denne gruppen lavt, og er desidert lavest i 2007 blant de næringer som sammenlignes.

2.2 Totalkapitalrentabilitet

Investering i reiseliv har vært forholdsvis lønnsomme, selv om det er flere sektorer som ikke har gitt den avkastning som man har fått i andre næringsgrupper i løpet av perioden 2005 - 2007.

Avkastningen på totalkapitalen er den parameteren som i størst grad forteller noe om hvor godt betalt man får ved en investering i bransjen, uavhengig av finansieringsform. Figuren under viser utviklingen i totalrentabilitet for ulike hovednæringsgrupper i perioden 2005 – 2007:



Figur 2.2.1.: Totalrentabilitet for hovednæringsgrupper, 2005 - 2007.

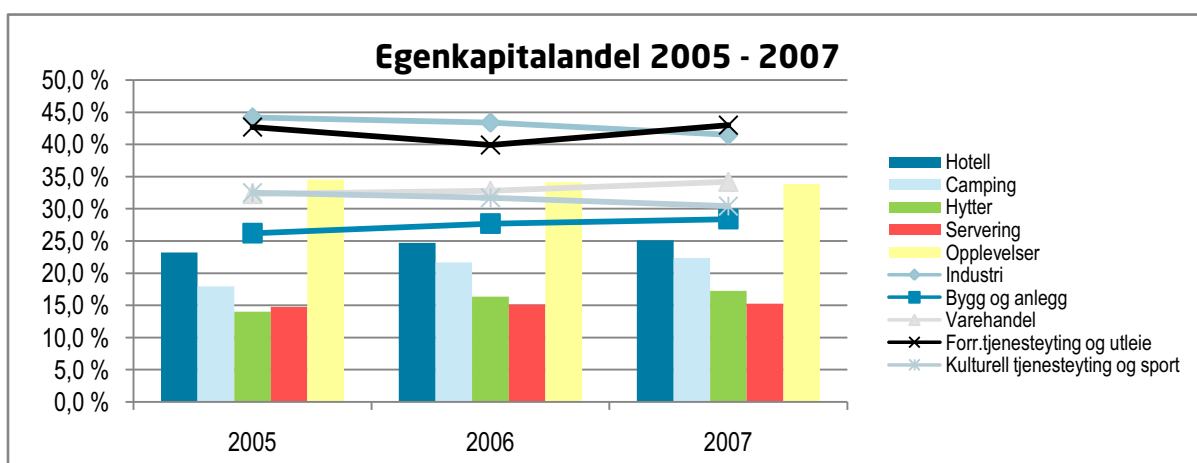
Som det fremgår av figuren er det hotellene som kommer desidert best ut med en avkastning på nesten 18 %. Dette er langt bedre enn det som har vært situasjonen i de øvrige sektorene vi har sammenlignet med. Hotellene har mer enn doblet avkastningen i perioden. 18 % i 2007 er meget bra. Camping ligger stabilt på ca 10 %, mens hytter løfter seg godt fra 4,5 til nesten 8 %. Servering løfter seg fra 12 til over 14 % og er også bra. Opplevelsesbedriftene hadde en svak nedgang.

I sammenligning med øvrige hovednæringssektorer har reiselivet likevel ikke vært spesielt lønnsomt. De fleste hovednæringer ligger bedre an enn både camping, hytteutleie og opplevelsesbedrifter. Bortsett fra hotell har attraktiviteten av å gjøre investeringer i reiselivet ikke vært spesielt høy i perioden.

2.3 Egenkapitalsituasjonen

Reiselivsnæringen har forholdsvis lite å tære på. Selv om bedriftene har bygd opp egenkapital og blitt mer robuste i perioden, er egenkapitalandelen gjennomgående lavere enn andre næringer man kan sammenligne med. Dette gir et svakere utgangspunkt til å møte nedgang eller ustabile markedsforhold.

Egenkapitalandelen forteller hvor robust en bedrift er til å tåle motgang i betydningen tap. Figur 2.3.1. viser utviklingen i egenkapitalandel for reiselivsnæringene sammenlignet med andre hovednæringsgrupper.



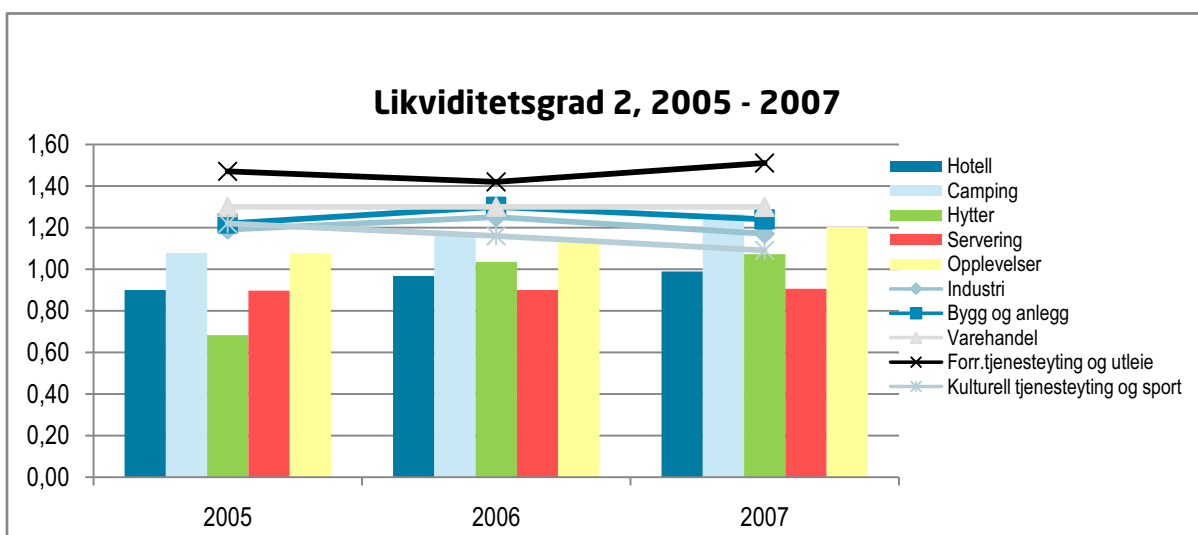
Figur 2.3.1.: Egenkapitalandel, 2005 - 2007

Som figuren viser har bedriftene bygd opp egenkapital og ble således mer robuste i perioden. Hotell og opplevelsesbedrifter ligger best an, opplevelsesbedriftene har en egenkapitalsituasjon på høyde med, og bedre enn mange andre næringer med godt over 30 %.

Camping har løftet seg over til godt over 20 %, og hytter løfter seg opp til 17 %. Servering ligger lavt og stabilt på rundt 15 %.

2.4 Likviditetssituasjonen

Likviditetssituasjonen har bedret seg for reiselivet og for de fleste bransjer er den normalisert. Likevel er likviditeten svakere enn i mange andre hovednæringer. Bedriftene her er med andre ord mer utsatt enn andre for stopp i løpende drift (konkursrisiko).



Figur 2.4.1.: Likviditetsgrad 2, 2005 - 2007

Som det fremgår av figuren er det serveringsnæringen som har de største likviditetsmessige utfordringene i 2007. De ligger godt under 1, noe som betyr at de til enhver tid har forpliktelser som ikke har tilstrekkelig inndekning.

Hotellene og spesielt hytteutleie-bedriftene hadde en noe svak likviditet i 2005. Det har skjedd store forbedringer her i løpet av perioden, spesielt for hytteutleiebedriftene.

2.5 Oppsummering

Perioden 2005 – 2007 har vært en periode med oppgang for reiselivet som næring sett under ett. Driftsavkastningen og totalavkastningen har utviklet seg positivt, for alle bransjer bortsett fra opplevelsesbransjen. Egenkapitalsituasjonen har også bedret seg i alle bransjer, bortsett fra opplevelsesbransjen som har ligget stabilt høyere enn de øvrige.

I forhold til andre hovednæringer, der utviklingen har vært mer sammensatt i perioden, er avkastningen likevel på et lavere middels nivå. Egenkapitalsituasjonen er svakere enn i andre næringer sett under ett, men spesielt servering og hytteutleie ligger veldig lavt.

3 Hotellnæringen

I dette kapitlet presenteres analysene av hotellnæringen nærmere. Bedriftene presenteres mht lønnsomhet, soliditet og likviditet, og det er gjort sammenligning på parametrene by og distrikt, størrelse og med – uten restaurant.

3.1 Om bedriftene

Datasettet over norske hoteller utgjør 952 aksjeselskaper. Iflg SSBs hotellstatistikk var det i alt 1334 foretak innen norsk hotellnæring i 2007. Mer enn 70 % av alle hotellforetak er således inkludert. I geografi er bedriftene fordelt som følger:

Landsdel:	Antall:
Nord-Norge (Nordland, Troms, Finnmark)	142
Midt-Norge (Trøndelag, Møre og Romsdal)	157
Vestlandet (Sogn og Fj, Hordaland, Rogaland)	217
Sørlandet (Agder, Telemark)	91
Innlandet (Hedemark, Oppland)	132
Øst-Norge (Vestfold, Buskerud, Østfold)	113
Oslo og Akershus	98
Svalbard	3

Bedriftene er også kategorisert etter beliggenhet, størrelse og om de har egen restaurant. På disse kategoriene fordeler hotellene seg som følger:

Kategori:	Kategori:	Antall:
Beliggenhet	Byhotell	410
	Distriktshotell	542
Størrelse	Små hotell (< 5 ans)	337
	Mellomstore (5-20 ans)	353
	Store hotell (> 20 ans)	262
Type hotell	Med egen restaurant	863
	Uten egen restaurant	89

Kvalitetssikring

Det er gjennomført en overordnet sjekk av tallgrunnlaget for å avdekke bedrifter som evt. skal utgå, enten fordi de ikke tilhører gruppen hotell eller fordi tallene påvirker totaltallene på en unormal måte.

Det er på bakgrunn av dette gjort korrigeringer for et fåtall store selskaper som forvalter betydelig eiendomsmasse utenfor det norske hotellmarkedet (utland, andre sektorer). Selskapene er tatt ut av analysen etter en nærmere avsjekk med eierskap, virksomhetsområde og relasjon til andre bransjer, mm.

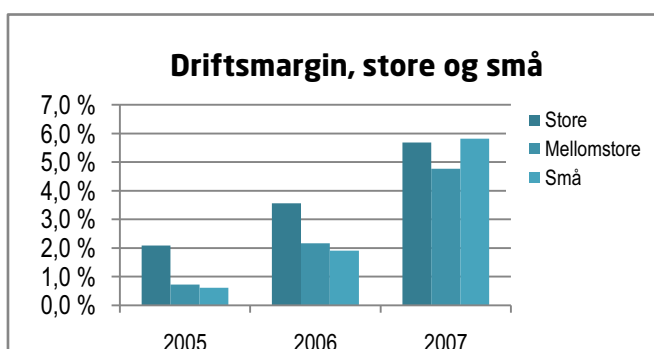
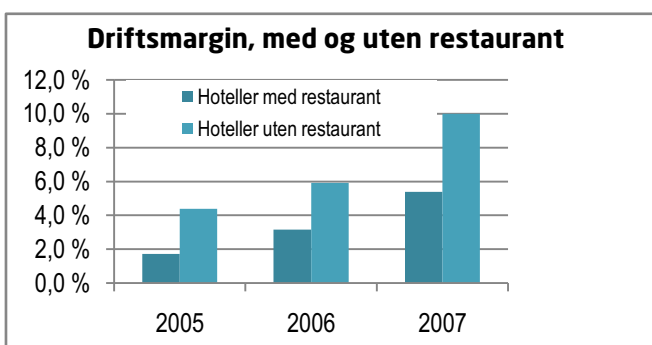
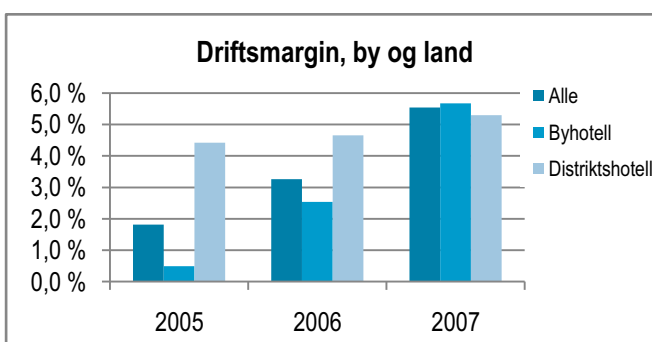
3.2 Driftsmargin - hoteller

Som det fremgår av figuren har det skjedd en markant forbedring av selskapenes resultater i perioden 2005 – 2007.

Figuren viser at byhotellene har hatt en langt sterkere forbedring i marginene sammenlignet med distriktshotell, men også distriktshotellene har vist en bedring i perioden. Veksten i forretnings-trafikken er nok en viktig forklaring her.

Sammenligner vi hoteller med og uten restaurant er det hoteller som ikke driver egen restaurant som har de beste driftsmarginene. Dette bekrefter at det isolert sett er krevende å drive hotellrestauranten med lønnsomhet.

Vi har også sett på forskjeller mellom store og små hoteller. Her er det betydelig forskjeller. De store hotellene hadde mer enn dobbelt så store marginer fra driften som de små hotellene i 2005, mens forskjellen har blitt relativt mindre i 2007.



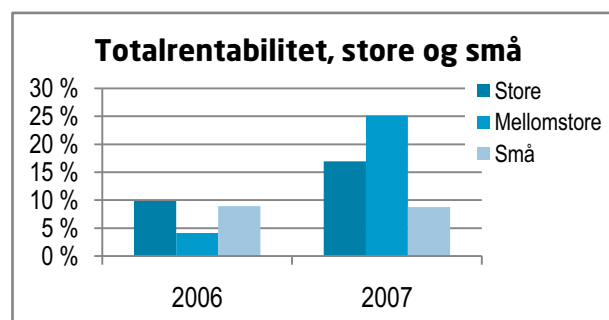
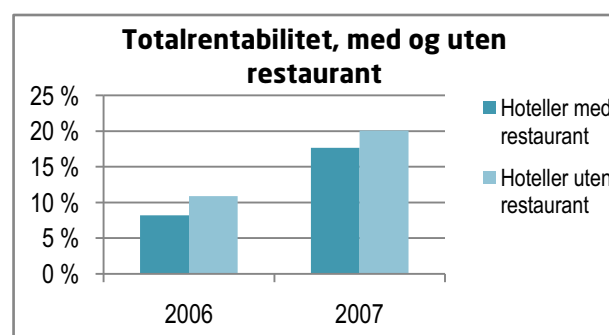
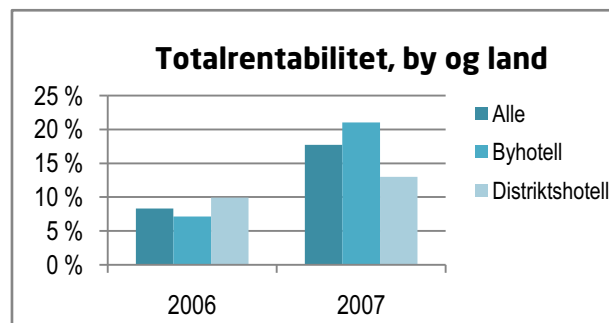
3.3 Avkastning på total kapital

Som figurene viser er det hoteller i byene og hoteller uten restaurant som har størst avkastning totalt i 2007. Dette er situasjonen etter en markant forbedring de to foregående årene, med mer enn en dobling av avkastningen.

Veksten i total kapitalrentabilitet har vært spesielt sterk i byene, og for hotellbedrifter med restaurant. Dette er nok forklart av den sterke veksten, spesielt i forretningstrafikken som gjør at disse bedriftene utnytter kapasiteten langt bedre, og genererer større resultater totalt.

Det har skjedd en betydelig vekst og verdiutvikling i de siste 3 årene og en god del selskaper ser også ut til å ha realisert verdier med svært gode resultater. Dette kommer til uttrykk gjennom denne parameteren.

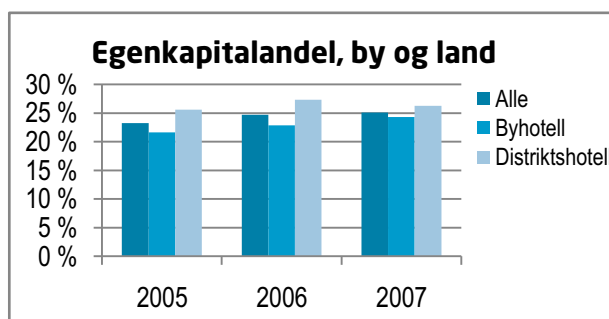
Vurdert etter størrelse har det skjedd en markant forbedring i avkastningen spesielt i de mellomstore hotellene. At det har skjedd en viss utvikling i dette segmentet er det ikke tvil om. Som påpekt kan en del av dette forklares med den betydelige veksten og realisasjon av eiendomsverdier som har skjedd de siste årene



3.4 Egenkapitalsituasjonen

Som det fremgår av tallene har soliditeten ikke vært høy, men den har vokst en del gjennom perioden. Det indikerer at det er lagt igjen kapital i selskapene.

Det er distriktsbedriftene som har stått sterkest gjennom perioden, med en stabil andel på vel 25 %, men hotellene i byene har styrket seg mest gjennom perioden og forskjellene utjevnes.



Hoteller med restaurant har en gjennomgående høyere andel enn hoteller uten restaurant.

De store hotellene startet ut mest solide, målt etter egenkapitalandel. De små hotellene har imidlertid styrket egenkapitalandelen gjennom perioden og fremstår mer solide enn de mellomstore og store i 2007.

Det kan være flere mulige forklaringer til denne utviklingen, jf at lønnsomhetstallene viser at de store bedriftene har stått sterkere gjennom perioden samlet. Oppbygging av egenkapital har altså ikke fulgt i takt med lønnsomhetsforbedringene. Tallene viser at det i en del av de store selskapene er tatt ut utbytte som er større enn den tilførte egenkapital. Det er likevel noen få selskaper det dreier seg om.

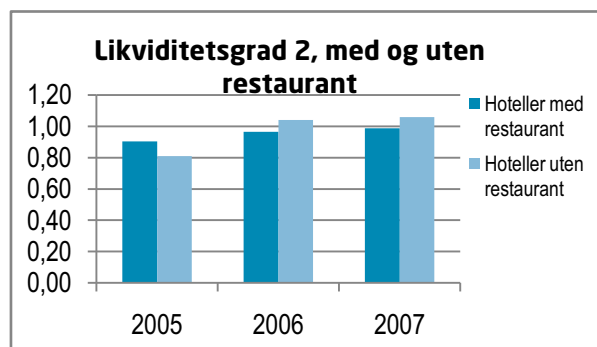
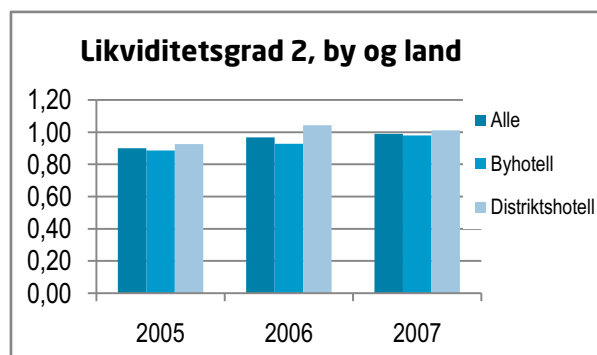
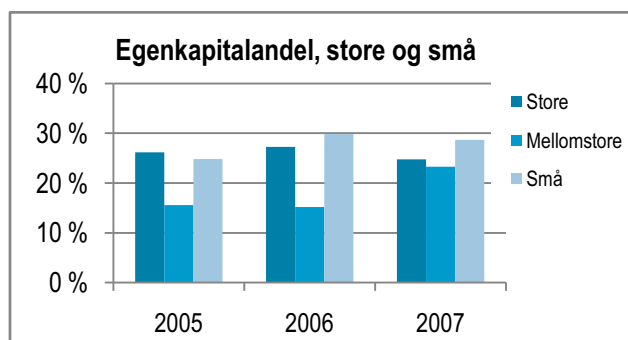
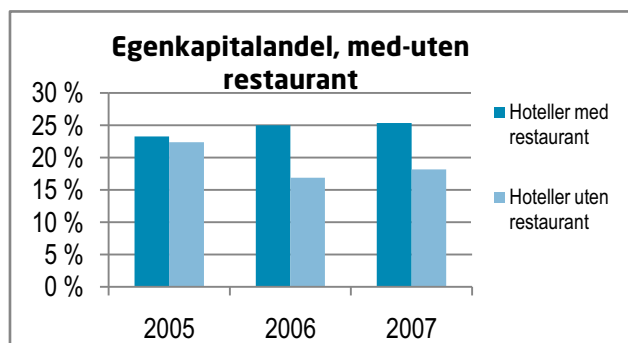
3.5 Likviditetssituasjonen

Som figurene viser har utviklingen gått fra en noe svak likviditetssituasjon til å bli mer normal.

Det er distriktshotellene som har hatt den beste likviditeten, men by-hotellene kom sterkt i 2007.

Likviditet er viktig for bedrifter som har store svingninger i aktivitetsnivået. Således har distriktsbedrifter også større behov for god likviditet.

Som figurene viser er det også de minste bedriftene som hadde den beste likviditetssituasjonen i perioden.



Utviklingen har vært positiv både for store og små hoteller. Mens de minste hotellene har en god likviditetssituasjon i 2007, har de store et stykke igjen.

Hoteller som driver i mindre skala kan ha større svingninger i aktivitetsnivået enn de store hotellene, som har mer fast trafikk (mer bedriftsavtaler og kurs/konferanser). Dette fordrer bedre likviditet. Situasjonen i 2007 ser ut til å være et uttrykk for dette.



4 Campingnæringen

I dette kapitlet beskrives situasjonen og utviklingen i lønnsomhet, soliditet og likviditet i campingnæringen i perioden 2005 – 2007.

4.1 Om campingbedriftene

Datasettet over norske campingplasser utgjør i alt 225 aksjeselskaper. Ifølge SSB var det totalt 758 campingbedrifter i Norge sommeren 2007. Aksjeselskapene utgjør således ca 30 %. Disse fordeler seg som følger:

Landsdel:	Antall:
Nord-Norge (Nordland, Troms, Finnmark)	48
Midt-Norge (Trøndelag, Møre og Romsdal)	38
Vestlandet (Sogn og Fj, Hordaland, Rogaland)	43
Sørlandet (Agder, Telemark)	30
Innlandet (Hedemark, Oppland)	33
Østlandet (Vestfold, Buskerud, Østfold)	29
Oslo og Akershus	4

Bedriftene er også kategorisert etter beliggenhet og størrelse. På disse kategoriene fordeler bedriftene seg som følger:

Kategori:	Kategori:	Antall:
Beliggenhet	Bynære	74
	Distrikt	151
Størrelse	Små (< 5 ans)	197
	Mellomstore (5-19 ans)	25
	Store (20 ans el flere)	3

Kvalitetssikring

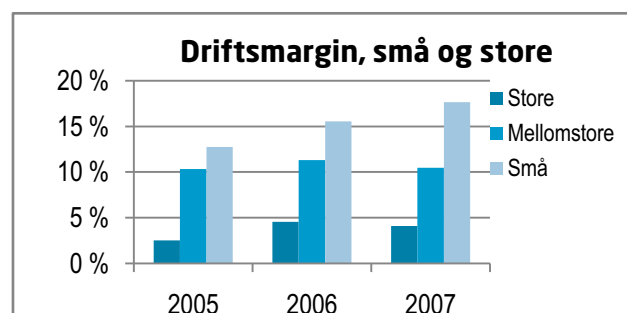
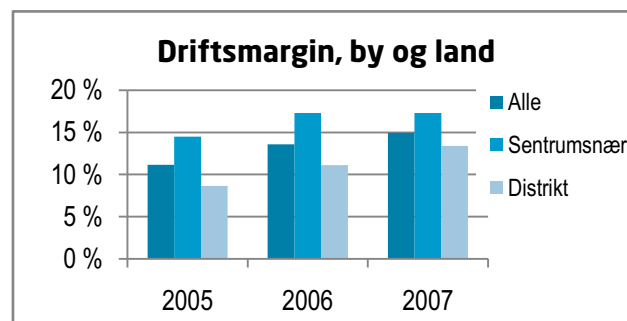
Det er gjennomført en overordnet sjekk av tallgrunnlaget for å avdekke bedrifter som evt ikke tilhører gruppen. Det er ikke gjort korrigeringer på bakgrunn av denne gjennomgangen.

4.2 Driftsmargin - campingplasser

Som det fremgår av figurene har det skjedd en markant forbedring av selskapenes resultater i perioden 2005 – 2007.

Figuren viser at sentrumsnære anlegg har hatt de beste marginene, men det er i distriktsbedriftene at utviklingen er mest positiv og i 2007 har disse en noe bedre margin.

Når det gjelder størrelse – er det de minste bedriftene som driver med de beste marginene. Forskjellen blir større gjennom perioden. Her er det mulig at det forekommer småskala fordeler eller samdriftsgevinster på den måten at campingplass ofte drives sammen med annen næring som landbruk. Dette betyr muligheter for å fordele enkelte kostnader på flere virksomhetsområder, til gunst for alle. Fordi campingbedriftene i stor grad er sesongavhengige, kan dette bety spesielt mye for resultatene.

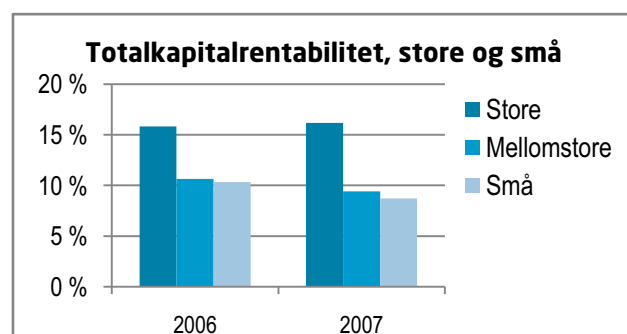
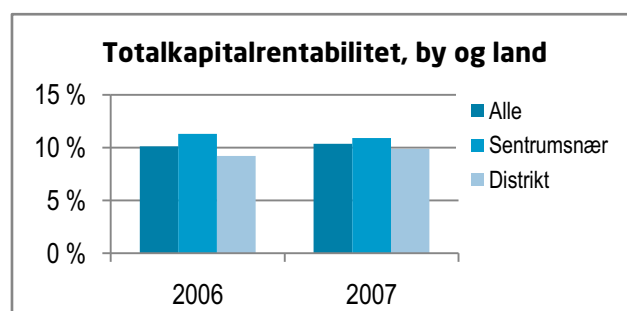


4.3 Avkastning på totalkapitalen

Campingbedriftene har hatt forholdsvis god rentabilitet. I 2006 og 2007 har det skjedd en svak forbedring, jf figurene.

Veksten i totalrentabiliteten har vært drevet av distriktsbedriftene, mens det har vært en mindre tilbakegang i avkastningen hos de sentrumsnære campingplassene.

Dersom en ser på størrelse er det de store anleggene som har forbedret resultatene. De mellomstore og små anleggene har hatt noe tilbakegang.



4.4 Egenkapitalsituasjonen

Som det fremgår av tallene har campingbedriftene hatt forholdsvis lite egenkapital, men utviklingen siste 3 år har gjort bedriftene mer robuste når det gjelder egenkapitalsituasjonen.

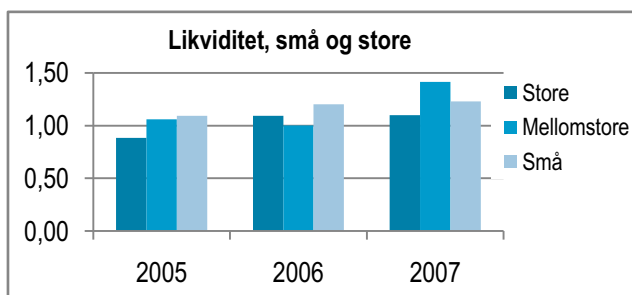
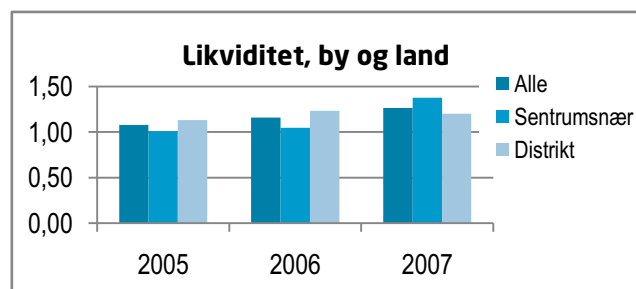
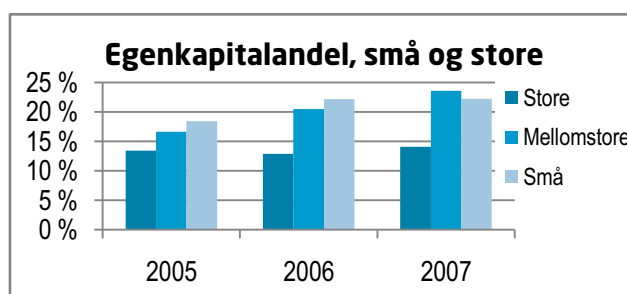
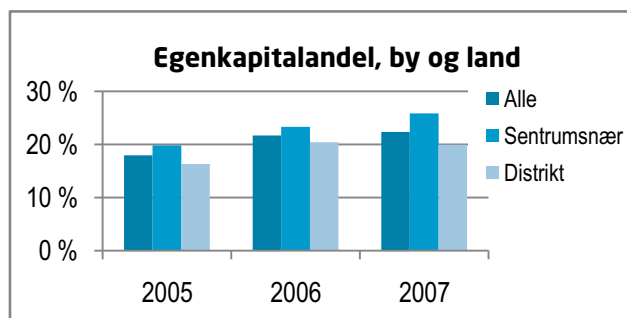
Det er de sentrumsnære anleggene som har stått sterkest gjennom perioden, og de har nådd en egenkapitalandel på over 25%. Også distriktsbedriftene har opplevd en positiv utvikling.

De små og mellomstore bedriftene har bygd opp mest egenkapital i perioden, og er langt mer solide enn de store campingbedriftene i 2007 sammenlignet med inngangen til perioden.

4.5 Likviditetssituasjonen

Som figurene viser har bedriftene en normalt god likviditetssituasjon, og den har vært positiv.

Det er distriktsbedriftene som ser ut til å ha ligget best an, men de sentrumsnære bedriftene har kommet sterkt det siste året og står best stilt av bedriftene i 2007.



5 Hytteutleie

I dette kapitlet beskrives hytteutleiebedriftene nærmere mht utvikling i lønnsomhet, soliditet og likviditet i perioden 2005 - 2007.

5.1 Om hytteutleiebedriftene

Datasettet for overnatting ellers som i praksis består av hytteutleiebedrifter, utgjør 163 aksjeselskaper. SSB's hyttegrendstatistikk hadde 283 registrerte bedrifter sommeren 2007. Disse bedriftene utgjør således 58 % av alle. Disse fordeler seg som følger når det gjelder geografi:

Landsdel:	Antall:
Nord-Norge (Nordland, Troms, Finnmark)	40
Midt-Norge (Trøndelag, Møre og Romsdal)	24
Vestlandet (Sogn og Fj, Hordaland, Rogaland)	35
Sørlandet (Agder, Telemark)	25
Innlandet (Hedemark, Oppland)	22
Østlandet (Vestfold, Buskerud, Østfold)	12
Oslo og Akershus	5

Bedriftene er også kategorisert etter beliggenhet og størrelse. På disse kategoriene fordeler bedriftene seg som følger:

Kategori:	Kategori:	Antall:
Beliggenhet	Sentrumsnære	39
	Distrikt	124
Størrelse	Små (< 5 ans)	134
	Mellomstore (5-20 ans)	26
	Store (> 20 ans)	3

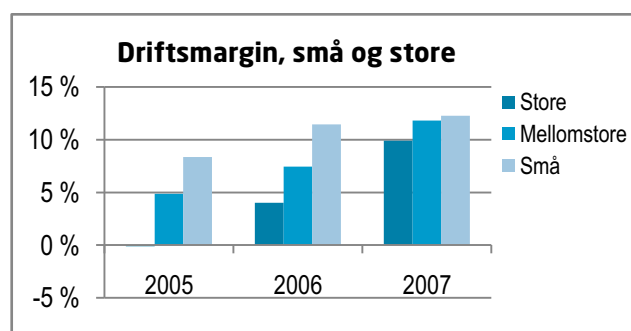
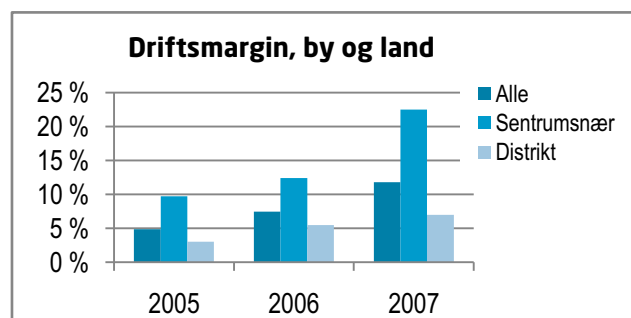
5.2 Driftsmargin - hytteutleie

Som det fremgår av figuren har det skjedd en markant forbedring av selskapenes drift i perioden 2005 – 2007.

Figuren viser at sentrumsnære anlegg har hatt den desidert beste utviklingen i marginene. I distriktsbedriftene er utviklingen mer stabil, men også her har det vært en positiv utvikling i perioden 2005 - 2007.

Det er de minste bedriftene som driver med de beste marginene. Imidlertid har de større anleggene bedret seg betraktelig etter at de i 2005 hadde negative resultater. og det er mulig vi ser resultatene av et godt ferie- og fritidsmarked i denne perioden.

Her er det store forskjeller, og med så få store bedrifter kan det ikke trekkes for klare konklusjoner for denne gruppen.

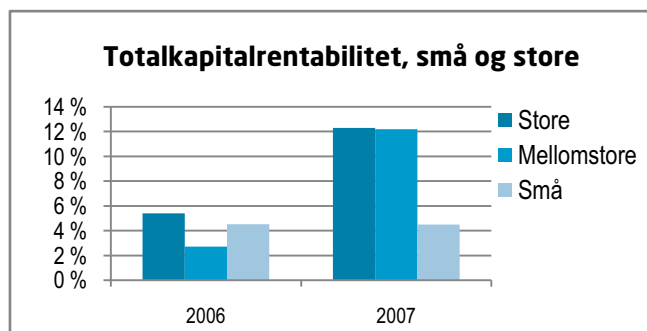
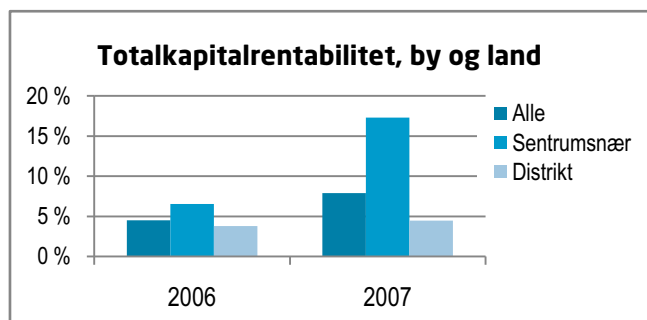


5.3 Avkastning på totalkapitalen

Det har skjedd en lønnsomhetsforbedring de siste to årene, med nesten en dobling i avkastningen.

Veksten i totalrentabiliteten var svært solid i de sentrumsnære anleggene i 2007 etter en nesten 3-dobling av totalavkastningen. Det har vært en mer moderat forbedring i distriktsbedriftene.

Dersom en ser på størrelse er det spesielt de mellomstore og store anleggene som har forbedret resultatene – mens de små anleggene har hatt en uendret avkastning på totalkapitalen.

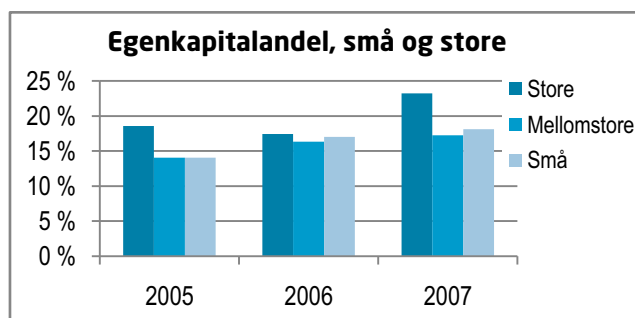
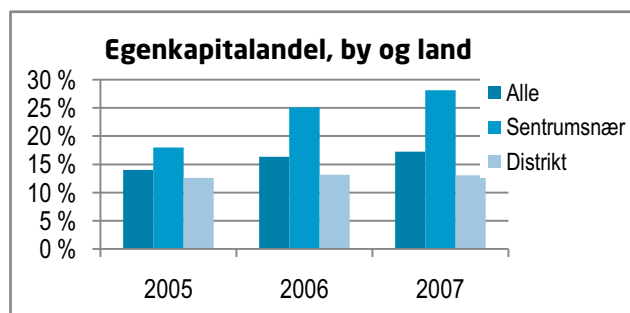


5.4 Egenkapitalsituasjonen

Som det fremgår av tallene har soliditeten ikke vært høy, men den har vokst spesielt i de sentrumsnære anleggene de siste årene. Det indikerer at eierne har lagt igjen kapital i selskapene.

Distriktsbedriftene har hatt en svak bedring, men ikke slik en kunne forvente. De store bedriftene har imidlertid styrket seg betydelig og er langt mer solide i 2007 enn i 2005.

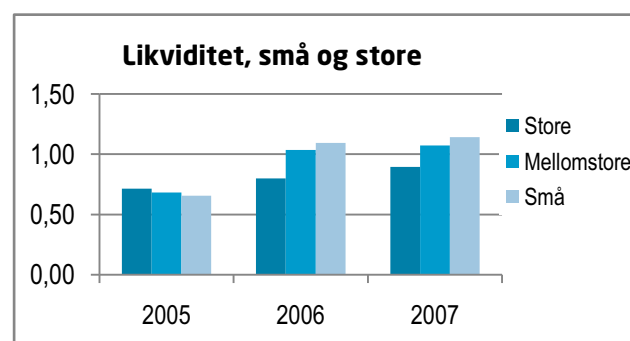
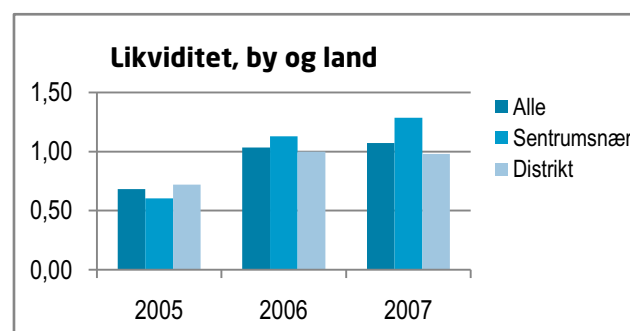
Som figuren viser er det de store bedriftene som står sterkest, og som også styrker seg mest i perioden. Det er mindre vekst i de små og mellomstore bedriftene innen hytteutleie.



5.5 Likviditetssituasjonen

Det har skjedd en positiv utvikling i likviditeten de siste årene. Fra en forholdsvis vanskelig situasjon i 2005 har den bedret seg og likviditeten må sies å være mer normal i 2007.

De sentrumsnære bedriftene har bedre likviditet enn distriktsbedriftene, og de mindre bedriftene er bedre stilt enn de større bedriftene. I 2007 er det de store bedriftene som fortsatt har en noe stram likviditetssituasjon.



6 Serveringsnæringen

I dette kapitlet presenteres serveringsnæringen mht lønnsomhet, soliditet og likviditet for perioden 2005 – 2007.

6.1 Om bedriftene

Datasettet over norske serveringssteder utgjør 2922 aksjeselskaper. Iflg. SSBs strukturstatistikk var det i 2007 til sammen 6 274 restauranter og 498 barer. Aksjeselskapene utgjorde således omlag 43 % av totalt antall foretak. Disse fordeler seg som følger:

Landsdel:	Antall:
Nord-Norge (Nordland, Troms, Finnmark)	309
Midt-Norge (Trøndelag, Møre og Romsdal)	448
Vestlandet (Sogn og Fj, Hordaland, Rogaland)	530
Sørlandet (Agder, Telemark)	303
Innlandet (Hedemark, Oppland)	174
Østlandet (Vestfold, Buskerud, Østfold)	378
Oslo og Akershus	772

Selskapene fordeler seg som følger på størrelse, lokalisering og type servering:

Kategori:	Kategori:	Antall:
Beliggenhet	By	2282
	Distrikt	640
Størrelse	Små (< 5 ans)	1026
	Mellomstore (5-19 ans)	1453
	Store (20 ans og flere)	442
Type bedrift	Restaurant/kafé	2499
	Gatekjøkken og salatbarer	208
	Puber og barer	214

Kvalitetssikring

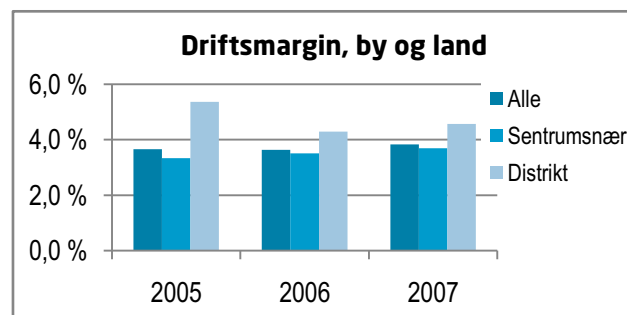
Det er gjennomført en overordnet sjekk av tallgrunnlaget for å avdekke om det er bedrifter som ikke hører hjemme her, enten fordi de ikke tilhører gruppen eller fordi tallene påvirker totaltallene på en unormal måte.

Det er på bakgrunn av dette gjort korrigeringer for et fåtall selskap. Av disse er flere eiendoms-/forvaltningsselskaper der inntekts- og kostnadsvolum er ubetydelig ifht samlet kapitalbase, noe som indikerer at det ikke foregår servering. Selskapene er tatt ut av analysen etter en nærmere vurdering av eierskap, relasjon til andre bransjer, mm.

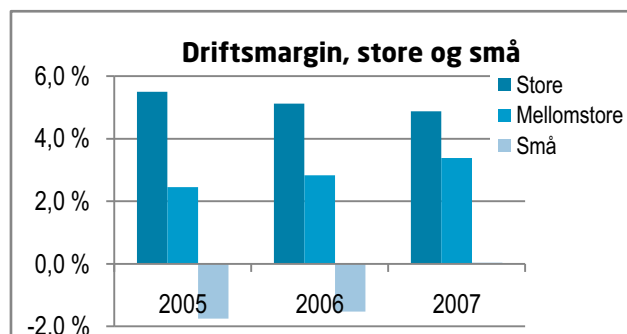
6.2 Driftsmargin - serveringsbedriftene

Som det fremgår av figuren har det skjedd en viss forbedring av selskapenes resultater i perioden 2005 – 2007.

Figuren viser at bybedriftene har hatt en framgang, mens distriktsbedriftene hadde en tilbakegang i perioden. Distrikts-bedriftene har best margin gjennom hele perioden, men har hatt en negativ utvikling.

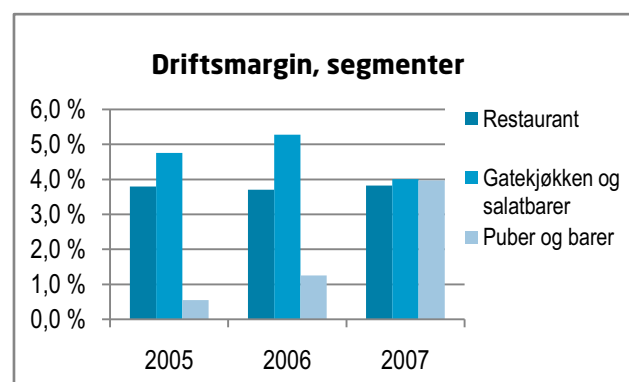


Det er svært store forskjeller mellom store og små bedrifter. De minste bedriftene (<5 ansatte) hadde både i 2005 og 2006 en gjennomsnittlig negativ margin fra driften. Det betyr at de er avhengig av andre kilder til å finansiere driften i tillegg til serveringsomsetning. Utviklingen har imidlertid vært positiv.



De største bedriftene er mest lønnsomme i drift, men har hatt press på marginene i perioden.

Som det fremgår av figuren er det gatekjøkken som har den høyeste lønnsomheten i driften. Restaurantene har holdt seg omtrent stabil i perioden, mens puber og barer, som hadde en meget svak margin i inngangen av perioden fikk en kraftig forbedring i 2007.



6.3 Avkastning på totalkapitalen

Situasjonen har bedret seg for alle bedriftene når det gjelder avkastning på totalkapitalen.

Det er distriktsbedriftene som kommer best ut i 2007 med vel 15 %.

Det har vært en sterk framgang blant de minste bedriftene og forskjellen som var mellom store og små bedrifter har utjevnet seg mye. Dette forklares også av den betydelige bedringen som har vært for enkelte segmenter bl a barer og puber, og de små bedriftene.

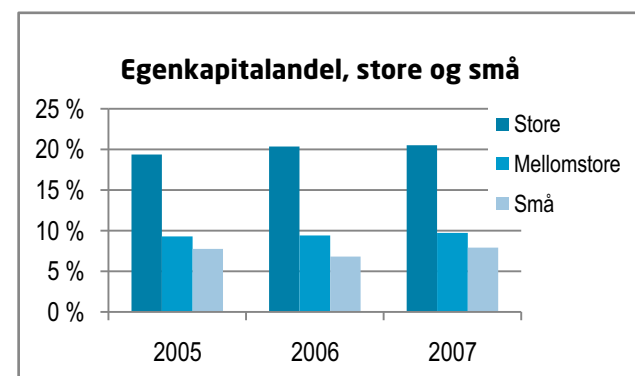
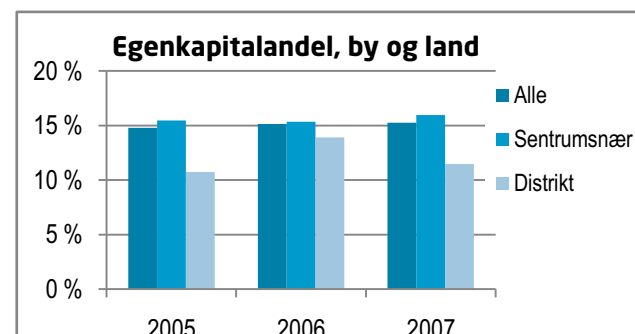
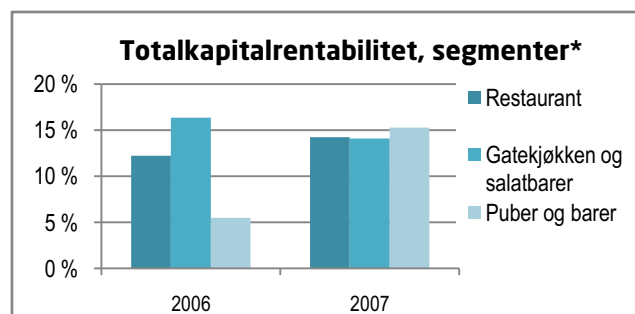
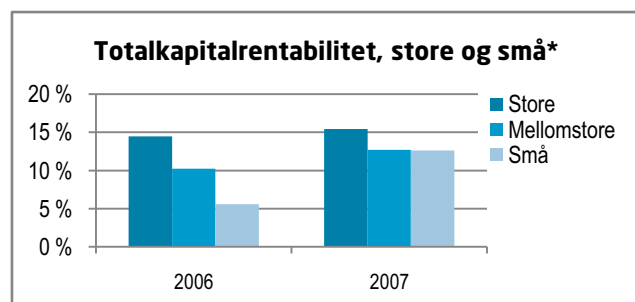
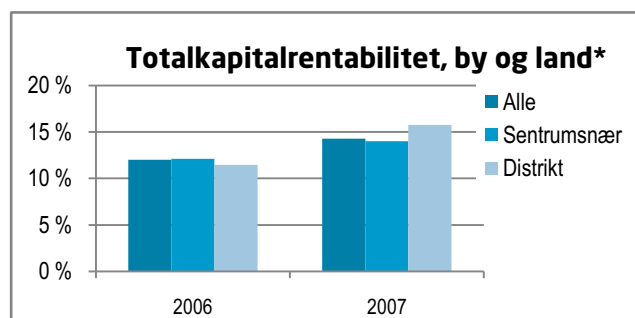
Som det fremgår får puber og barer et bra løft i avkastningen i 2007. Restauranten er også i god utvikling. Gatekjøkken har en svekket avkastning i perioden.

6.4 Egenkapitalandel

Som det fremgår av figuren har serveringsbedriftene en lavere egenkapitalandel enn det vi finner i de øvrige bransjene.

I hele perioden har andelen vært under eller på 15 %. Distriktsbedriftene er dårligere stilt enn bybedriftene, og har nok sin forklaring i at markedet for serveringsbedrifter har et større økonomisk grunnlag og en større vekst i sentrale strøk enn i distriktene i perioden.

Dersom en ser på størrelse er det spesielt de små bedriftene som sliter med lite egenkapital. Jf også at disse bedriftene både i 2005 og 2006

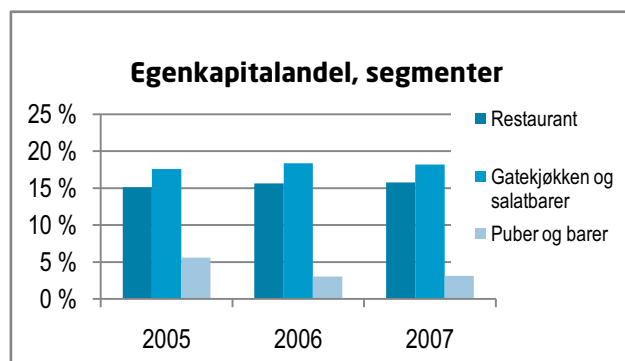


hadde negativ driftsmargin, noe som tærer på bedriftenes egenkapital.

I en periode med oppgang og mulighet til å bygge soliditet for å møte nedgang er disse bedriftene altså ikke blitt sterkere i denne perioden.

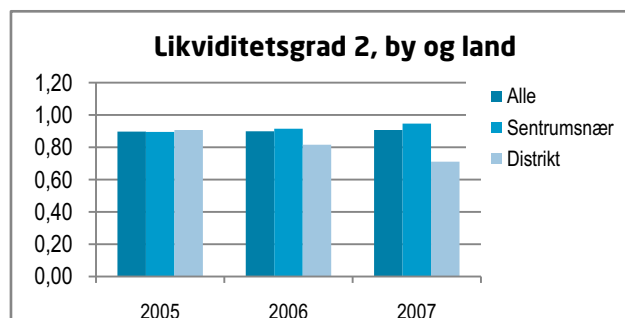
Blant de ulike segmenter av serveringsbedrifter er det gatekjøkken som framstår mest solid. Puber og barer er svært lite solide. Mange bedrifter driver med negativ egenkapital, dvs at de driver for andre sin regning og risiko.

Den svake egenkapitalsituasjonen gir spesielt dette segmentet et veldig skjørt fundament for å møte nedgangskonjunktur.

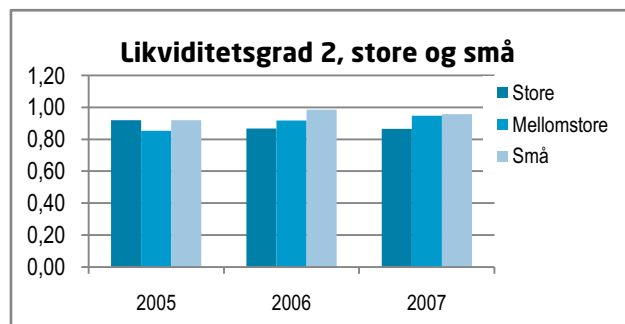


6.5 Likviditetssituasjonen

Som det fremgår av figuren er likviditetssituasjonen noe stram både i bybedrifter og distriktsbedrifter. For distriktsbedriftene har utviklingen gått "feil" vei, dvs likviditeten er strammere i 2007 enn den var i 2005.

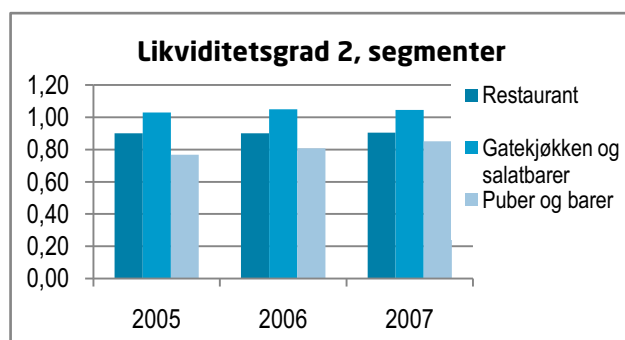


Det har vært en viss bedring i de små- og mellomstore bedriftene, mens de store har hatt en mindre svekkelse i likviditetssituasjonen.



Som det fremgår har gatekjøkken og salatbarer holdt en forholdsvis jevn og normal likviditetssituasjon. Til tross for svak bedring har puber og barer en svak likviditetssituasjon.

Med tanke på den spesielt svake egenkapitalsituasjonen som disse bedriftene har, er dette et vanskelig utgangspunkt for mange av disse bedriftene (konkursfare).



7 Opplevelsesnæringen

I dette kapitlet beskrives situasjonen og utviklingen i lønnsomhet, soliditet og likviditet i opplevelsesnæringen i perioden 2005 – 2007.

7.1 Om bedriftene

Datasettet over opplevelsesbedriftene utgjør tilsammen 183 aksjeselskaper. Disse fordeler seg som følger:

Landsdel:	Antall:
Nord-Norge (Nordland, Troms, Finnmark)	41
Midt-Norge (Trøndelag, Møre og Romsdal)	16
Vestlandet (Sogn og Fj, Hordaland, Rogaland)	27
Sørlandet (Agder, Telemark)	19
Innlandet (Hedemark, Oppland)	21
Østlandet (Vestfold, Buskerud, Østfold)	25
Oslo og Akershus	31
Svalbard	3

Selskapene fordeler seg som følger på beliggenhet/ lokalisering, størrelse og type opplevelsesbedrift:

Kategori:	Kategori:	Antall:
Beliggenhet	By	123
	Distrikt	150
Størrelse	Små (< 5 ans)	150
	Mellomstore (5-19 ans)	27
	Store (20 ans og flere)	6
Type bedrift*	Parker	6
	Opplevelsesbedrifter	177

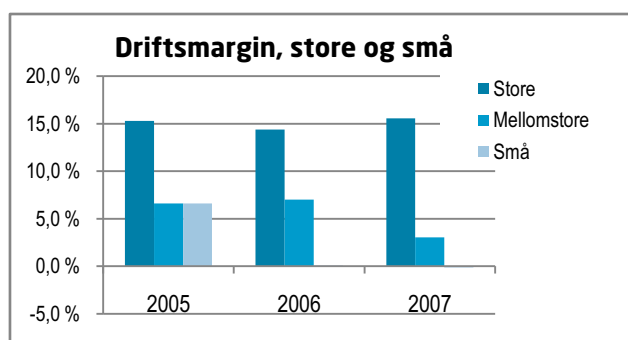
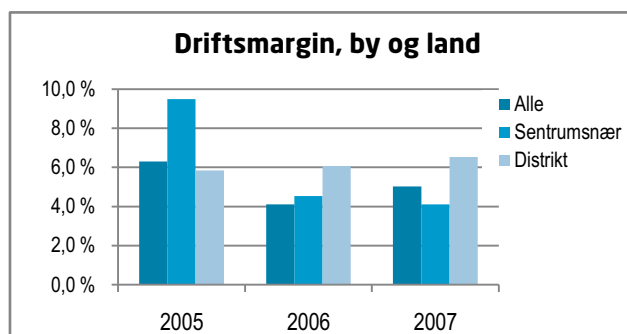
7.2 Driftsmargin

Som det fremgår av figuren har det vært en svekkelse i bedriftenes driftsmargin i perioden. Utvikling i selskapenes resultater i perioden 2005 – 2007 viser samlet nedgang fra vel 6 % til ca. 4 %.

Figuren viser at det er bybedriftene som har stått for tilbakegangen, mens distriktsbedriftene har holdt en stabil utvikling.

Om man ser på størrelsen av bedriftene er det svært store forskjeller. Mens de store har en margin på omkring 15%, krymper de små ned mot null og de mellomstore bedriftene har en klart svekket margin gjennom perioden.

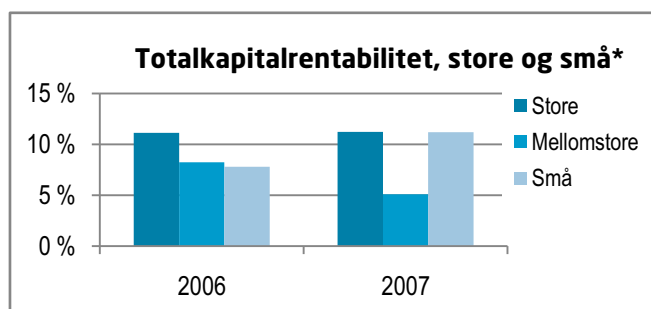
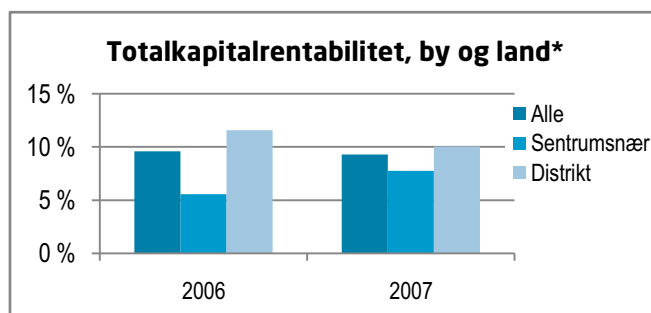
Forskjellen som fremgår av størrelse viser noe av det store spennet mellom de store anleggene og de små aktivitetsbedriftene.



7.3 Avkastning på totalkapitalen

Dersom en ser alle bedriftene under ett har det ikke skjedd noen vesentlige endringer de siste to årene. Bak dette ser vi at det har skjedd en bra vekst i bybedriftene, mens distriktsbedriftene har hatt en markert tilbakegang.

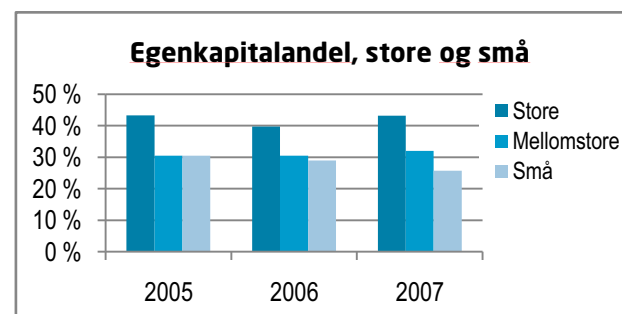
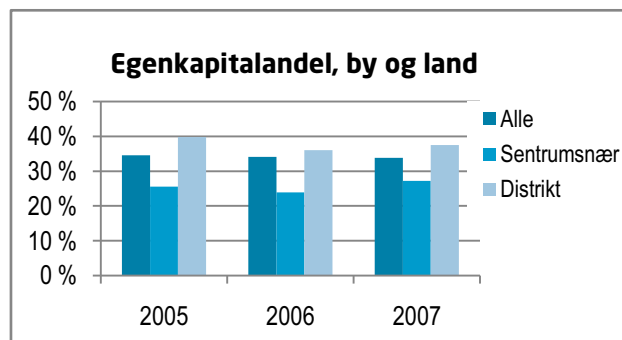
Sammenlignet på størrelse har det vært forholdsvis stabilt hos de store bedriftene, mens de små har hatt en betydelig vekst. De mellomstore har hatt en betydelig tilbakegang.



7.4 Egenkapitalsituasjonen

Soliditeten i bedriftene viser totalt en stabil utvikling. Distriktsbedriftene har gjennom hele perioden vist større soliditet enn bybedriftene. Selv om forskjellen er noe utjevnet i 2007, har disse bedriftene mer enn 10 %-poeng høyere egenkapitalandel.

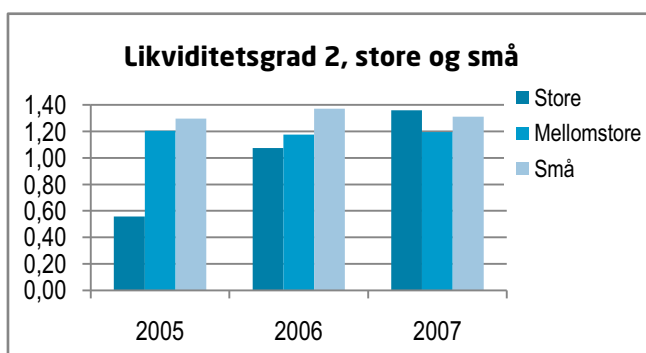
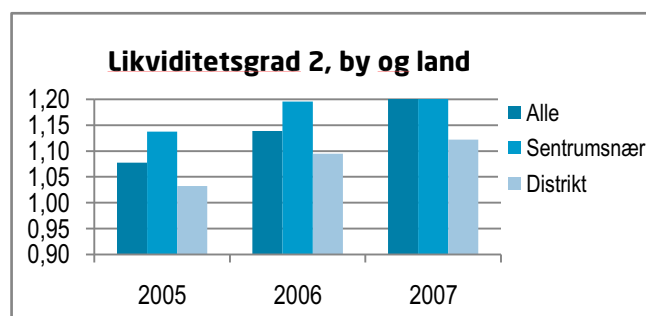
Det er de store bedriftene, i realiteten opplevelsesparkene, som står sterkt mht egenkapital. Småbedriftene som startet forholdsvis greit, har svekket egenkapitalandelen markert gjennom perioden. De har med andre ord spist av egenkapitalen for å finansiere sine aktiviteter.



7.5 Likviditetssituasjonen

Likviditetssituasjonen gjennom perioden har vist gradvis bedring, og spesielt har de store bedriftene vist en sterk forbedring.

Den svake likviditetssituasjonen i de store bedriftene i 2005 er ikke analysert nærmere, men på grunn av det lave antallet bedrifter i denne gruppen kan det ikke utelukkes at det har vært en spesiell situasjon ved årsskiftet hos noen av bedriftene som har gjort et utslag her.



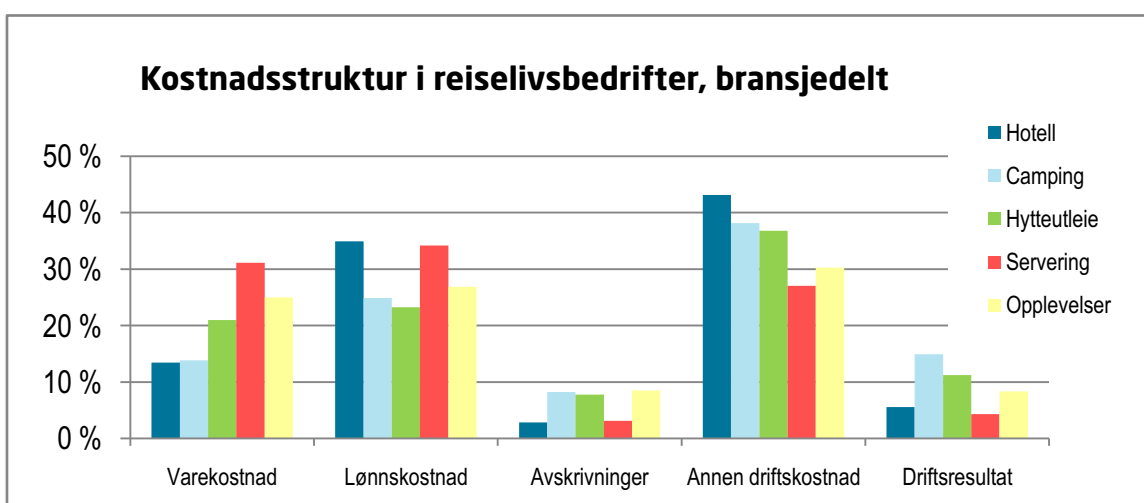
8 Kostnadsstrukturer og betydningen av rammebetingelser

Det er gjennomført nærmere vurderinger av hvilke rammebetingelser som er av vesentlig betydning for reiselivsbedriftenes lønnsomhet. Til grunn for dette ligger en analyse av kostnader. Det gjøres en kort presentasjon av kostnadsstrukturene her, før det gjøres en presentasjon av betydningen av utvalgte rammebetingelser og hva disse betyr for reiselivsbedriftene.

8.1 Kostnadsstrukturer

Det er gjort en nærmere vurdering av kostnadsstrukturene i de ulike bransjene. Det er lagt til grunn at kostnader som er store og således avgjørende mht lønnsomheten, er kjernen i forhold til hvilke rammebetingelser som er vesentlige.

Kostnadspostene i figuren under er vist i standard årsregnskapsoppstilling fram til driftsresultat. Figuren viser hvor stor andel av omsetningen som går med til å dekke den enkelte kostnadspost, spesifisert for de enkelte bransjene i reiselivet:



Figur 8.1.1.: Kostnadsstruktur i reiselivsbedrifter etter bransje

Som det fremgår av figuren er lønnskostnadene viktige, spesielt i hotell- og serveringsbedriftene. Om lag 1/3 av hver omsatte krone går til å dekke lønnskostnader. Varekostnadene er viktige for bedrifter som driver servering. Dette har vi sett nærmere på under. Også annen driftskostnad er en stor post. Dette blir også sett nærmere på under.

Det gjøres oppmerksom på at det her er store forskjeller mellom enkeltbedrifter. Størrelse, hvilket marked bedriften opererer i og hvor effektivt bedriften ledes er faktorer som påvirker hvordan kostnadene fordeler seg i en bedrift. Et hotell uten restaurant vil eksempelvis ha et lavere vareforbruk og også lavere lønnskostnader enn et hotell med

restaurant. Jo større andel av hver omsatte krone som blir igjen i form av et driftsresultat, jo bedre grunnlag er lagt for en god samlet avkastning og utvikling av en solid bedrift.

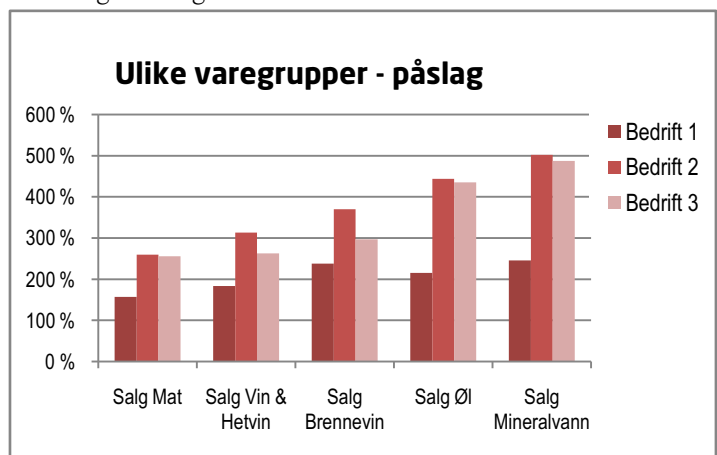
Varekostnader

Varekostnadene betyr mye for de som driver virksomhet innen servering. Kjernen i lønnsomheten ligger bl a i hvor stor "margin" det er mulig å oppnå på de mat- og drikkevarer som serveres. Her er det store variasjoner etter type servering, hvilket marked man henvender seg til, hvor gode avtaler bedriftene har mht til innkjøp av varer og hvor god kvalitet bedriften leverer.

Vi har sett på 3 ulike bedrifter og hvor store påslag de har på ulike varegrupper. Det gjøres oppmerksom på at bedriftene ikke nødvendigvis er representative. De illustrerer likevel at det er svært store variasjoner i det økonomiske grunnlaget for bedriften.

Som det framgår, er det mulig å oppnå store påslag spesielt på drikkevarer. Mineralvann hos en bedrift har et påslag på hele 500 % på innkjøpskost.

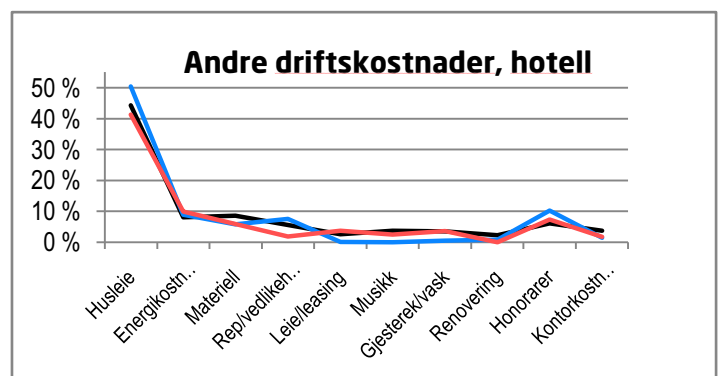
Som figuren også viser, er det store forskjeller mellom disse 3 bedriftene mht hvor store påslag de har på ulike varegrupper.



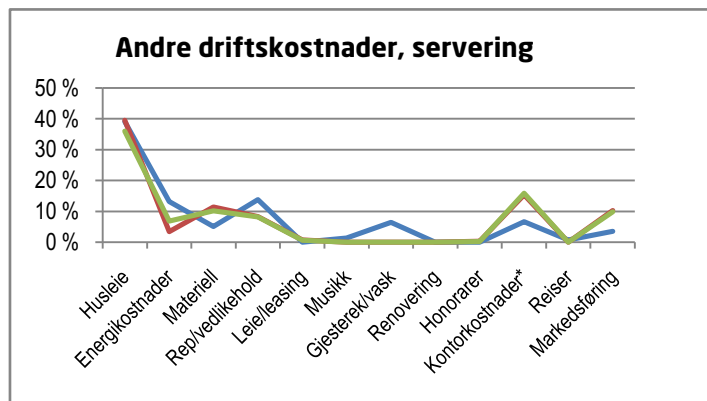
Differansene er ikke analysert, og forklaringene kan ligge i ulike innkjøpsbetingelser, ulik produktmix / meny, driftseffektivitet, etc. Mulighetene til å få rabatter (på kvantum og kontantbetaling) kan utgjøre en god del på en bedrifts samlede varekostnader. Evnen til å kjøpe stort og betale kontant er følgelig viktig for bunnlinja direkte. Dette forklarer nok også at de store bedriftene har lavere varekost relativt sett, ifht de små bedriftene.

Andre driftskostnader

Andre driftskostnader er en sammensatt post. For å få bedre innsikt i disse kostnadene har driftsregnskapet for et utvalg bedrifter blitt gjennomgått. Figurene som følger viser eksempel på "profiler" som disse kostnadene har i ulike bedrifter.



Tallene viser hvordan andre driftskostnader totalt er fordelt. Både for hotell og servering ser vi at spesielt husleie er en dominerende post i kostnadsbildet. Dette er også kostnader som vanskelig lar seg endre uten store konsekvenser. Det antas at lokalene både når det gjelder beliggenhet og beskaffenhet, er viktig.

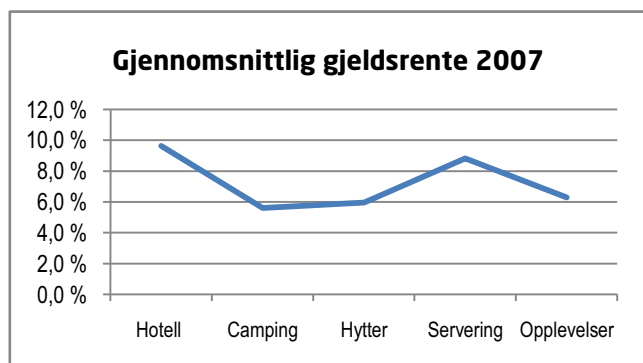


Av de øvrige er energikostnader, materiell og reparasjon og vedlikehold større poster her.

8.2 Hva betyr rentekostnadene for bedriftenes lønnsomhet?

Rentekostnadenes betydning for en bedrift er avhengig av hvor mye fremmedkapital (banklån) bedriften er finansiert med. Videre vil disse kostnadene være avhengig av det generelle rentenivået. Som analysene for de ulike bransjene viser i kap. 3 – 7, er det store forskjeller her.

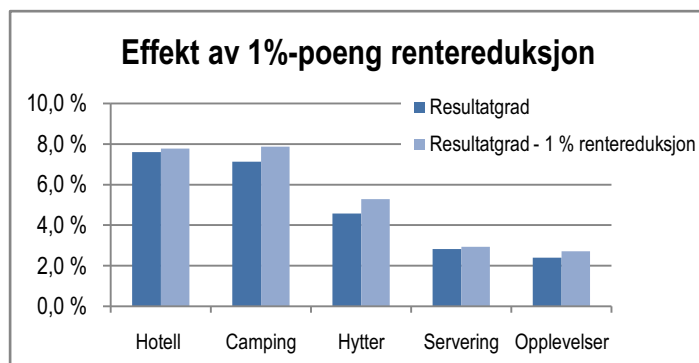
For nærmere å belyse betydningen av rentekostnadene har vi med utgangspunkt i finanskostnadene og bedriftenes gjeldssituasjon gjort en beregning av hva en endring i rentenivået ville ha betydd for resultatene i 2007.



Det er beregnet en gjennomsnittlig gjeldsrente for de ulike segmenter som vist i figuren. Det er videre forutsatt at rentebærende gjeld = langsiktig gjeld.

Med utgangspunkt i beregnet gjeldsrente er det gjort en estimering av hva endring i renten ville bety.

Figuren viser hva 1 %-poeng reduksjon i renten betyr for resultatgraden. Den gjennomsnittlige resultatmarginen ville bedret seg med 0,17 % poeng. Det er campingplassene og hytteutleie som får de største effektene av dette.



Den samlede verdien av en renteendring i de ulike bransjene er vist i tabellen neste side:

1 % poeng rentereduksjon (tall i 1000)			
Bransje:	Reduksjon i kostnader:	Effekt på resultat e.s.:	Effekt på resultatmargin:
Hotell	47 568	34 249	0,18 %
Camping	5 429	3 909	0,75 %
Hytter	4 959	3 570	0,71 %
Servering	33 923	24 424	0,12 %
Opplevelser	3 973	2 861	0,31 %
SUM/snitt	95 852	69 013	0,17 %

Som det fremgår ville 1 %-poeng rentereduksjon med 2007-tallene som grunnlag gi en reduksjon av finanskostnadene på i underkant av 100 mill kroner. Dette gir en samlet resultatforbedring etter skatt på knappe 70 mill kroner.

Det er forutsatt at hele resultatforbedringen kommer til beskatning. Ettersom en god del bedrifter hadde negative resultater av en størrelse som overgikk effekten av kostnadsreduksjonen, ville den reelle effekten på resultatene vært større. Det har ikke vært mulig å ta hensyn til dette i beregningene. Det må også understrekes at effekten for bedriftene varierer etter hvor stor andelen rentebærende gjeld er. Jo høyere andel gjeld, jo større vil effekten av en rentereduksjon være.

8.3 Hva betyr arbeidsgiveravgiften?

Norske reiselivsbedrifter er arbeidsintensive. En betydelig andel av inntektene går ut i form av lønn og andre omkostninger relaterte til ansatte. Den differensierte arbeidsgiveravgiften er et vesentlig kostnadselement i dette. Tabellen under viser beregninger av reiselivsbedriftenes bidrag i arbeidsgiveravgift, jf tabellen under:

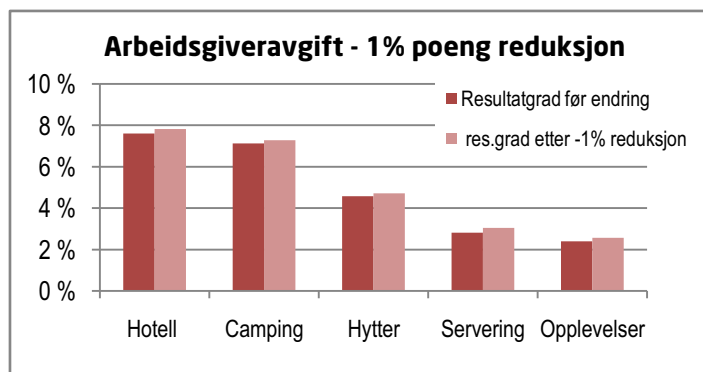
Arbeidsgiveravgift i reiselivsbedriftene 2007 (tall i 1000)			
Sektor:	AGA 2007:	Lønnskostnad:	Snitt sats:
Hotell	738 350	6 594 199	12,6 %
Camping	12 404	129 813	10,6 %
Hytter	10 767	114 233	10,4 %
Servering	744 576	6 950 810	12,0 %
Opplevelser	25 402	233 044	12,2 %
SUM/snitt	1 531 500	14 022 099	12,3 %

Som det fremgår av tabellen er gjennomsnittssatsen for arbeidsgiveravgiften ulik mellom de ulike bransjene. Dette er forklart av at bedriftene i ulik grad er lokalisert i soner med lav avgiftssats.

For å belyse hva arbeidsgiveravgiften betyr for bedriftenes lønnsomhet har vi gjort et estimat basert på en 1 % - poeng reduksjon i satsen for bedriftene i hver bransje. Det er gjort en ny beregning av avgift med utgangspunkt i det lønnsgrunnlaget som fremgår av årsregnskapene.

En slik beregning gir effekt på resultatgraden i bedriftene som fremgår av figuren.

I snitt øker resultatgraden med 0,22 %-poeng. Resultat-forbedringen er størst i hotellene og serveringsbedriftene.



Den samlede verdien av dette er som vist i tabellen under:

Arbeidsgiveravgift reduksjon - 1 % - poeng (tall i 1000)			
Sektor:	Effekt på kostn.:	Effekt på resultat e.s.:	Effekt på resultatgrad:
Hotell	58 558	42 162	0,22 %
Camping	1 174	845	0,16 %
Hytter	1 035	745	0,15 %
Servering	62 062	44 685	0,22 %
Opplevelser	2 076	1 495	0,16 %
SUM/snitt Prosentpoeng	124 906	89 932	0,22 %

En reduksjon av arbeidsgiveravgiften vil bety kostnadsbesparelser på om lag 125 mill kroner for reiselivsbedriftene samlet, og en beregnet resultatforbedring på nesten 90 mill kroner etter skatt.

Det er forutsatt at hele resultatforbedringen kommer til beskatning. Ettersom en god del bedrifter hadde negative resultater av en størrelse som overgikk effekten av avgiftsreduksjonen, ville den reelle effekten på resultatene vært større. Det er ikke mulig å hensynte dette i beregningene.

8.4 Energikostnader

Som vist har reiselivsbedriftene forholdsvis store energikostnader. Det er store variasjoner her, både på hvor høye kostnader man har ifht aktivitetsnivået (energieffektivitet) og i forhold til hvilke energipriser bedriftene betaler.

Med utgangspunkt i årsregnskapstallene har vi gjort beregninger av energikostnadenes betydning for driftsøkonomien i reiselivsbedriftene. Tabellen under viser hvordan energikostnadene er estimert i de ulike bransjene:

Energikostnader i reiselivsbedriftene 2007 (tall i 1000)			
Bransje:	Estimert energikostn:	Elektrisitetsandel:	Elektrisitetskostnad:
Hotell	614 572	90 %	553 114
Camping	16 983	85 %	14 435
Hytter	16 339	85 %	13 888
Servering	660 394	95 %	627 374
Opplevelser	29 616	85 %	25 174
SUM	1 337 904		1 233 986

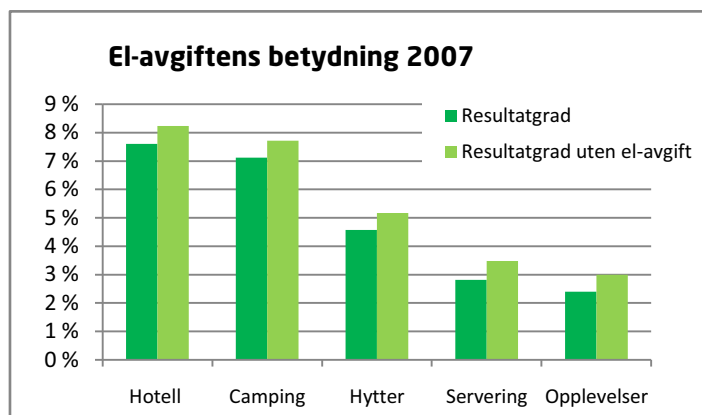
Estimert energikostnad er basert på SSBs energistatistikk (Kilde: Energistatistikk 2000: Tabell 5 - Energifkostnader og energivarer for foretak, etter næring), som viser oversikt over energikostnader i hotell og serveringsbedrifter. For å få et riktig bilde på dagens kostnad er det videre gjort en indeksering av denne kostnaden basert på SSBs energiindeks. Dette gir en tilnærmet riktig prisjustering.

Det er en usikkerhet i estimatet knyttet til hvor store effektiviseringer bedriftene har gjort mht energibruk siden 2000. Det er ikke tatt hensyn til energieffektivisering i beregningen, men tallene er sammenholdt med de driftsregnskapstallene vi har for 2007. Dette gir holdepunkt for at SSB-tallene fra 2000 er på et riktig nivå dersom man ser energikostnadsnivået ifht omsetning (ca 3,2 %). Dette kan også bety at evt den energieffektivisering som har vært i bedriftene er tatt ut i produktmessige endringer som er energikrevende.

Som tabellen viser er bedriftenes energikostnader for 2007 på mer enn 1,3 mrd kroner. Av samlede energikostnader er det forutsatt at elektrisitetsandelen står for 85 – 95 % av samlede energikostnader.

I og med at energikostnadene er så vidt store, er det en interessant øvelse å se på el-avgiftens betydning for reiselivsbedriftenes økonomi.

Et estimat på hva avgiften betyr for de enkelte bransjers resultatgrad for 2007 er vist i figuren. I snitt vil resultatgraden forbedres med hele 0,65 % - poeng dersom det ikke var el-



avgift på reiselivsbedriftenes strømforbruk.

I tabellen under viser vi den samlede ”verdien” av el-avgiften for reiselivsbedriftene:

Elavgiftens betydning for reiselivet (tall i 1000)			
Bransje:	Elavgifts-kostnad:	Effekt for resultat e.s:	Effekt for resultatgrad:
Hotell	165 934	119 473	0,63 %
Camping	4 331	3 118	0,60 %
Hytter	4 166	3 000	0,60 %
Servering	188 212	135 513	0,67 %
Opplevelser	7 552	5 438	0,60 %
SUM	370 196	266 541	0,65 %

Som det fremgår står el-avgiften for en samlet kostnad på vel 370 mill kroner for reiselivsbedriftene. Estimert resultateffekt etter skatt vil være på 266 mill kroner.

Det gjøres oppmerksom på usikkerheten vedr energieffektivisering. Videre er det forutsatt at hele resultatforbedringen kommer til beskatning. Ettersom en god del bedrifter hadde negative resultater av en størrelse som overgikk effekten av avgiften, ville den reelle effekten på resultatene vært større. Det er ikke mulig å ta hensyn til dette i beregningene.

8.5 Merverdiavgift på mat

Mat er et sentralt element for norske reiselivsbedrifter. Av rammebetingelsene knyttet til servering av mat har merverdiavgiften stor betydning, i tillegg til at den har spesiell innretning. Det ble innført en redusert merverdiavgiftssats på matvarer i 2001. Pt er denne satsen på 14 %.

I dag er avgiften innrettet slik i forhold til serveringsnæringen at det er satt et skille som avgrenser den lave satsen til å omfatte mat som tas med fra serveringsstedet, såkalt ”take away”. Mat som omsettes og konsumeres på serveringsstedet er ikke omfattet.

Mat servert på serveringssted har med andre ord ordinær avgiftssats på 25 %. Det er gjort nærmere beregninger av hva denne forskjellen betyr for de reiselivsbedriftene som tilbyr mat servert på stedet.

Forutsetningene for å gjøre en slik beregning, er at matomsetningen som vil komme inn under definisjonen som avgiftsreglene stiller opp ifht sats på 14 %, kan skilles ut fra annen omsetning. Tabellen under viser hvor stor del denne omsetningen utgjør i de aktuelle virksomheter, og videre hvordan den fordeler seg på hhv ”take away” mat og mat servert på stedet. Tallene er hentet fra Econ sin analyse ”Moms på serveringstjenester” der det er

kartlagt hvor store andeler som utgjør hhv mat i avgiftsreglens forstand, og hvor mye av dette som er hhv "take away" og servert på stedet.

Omsetning av mat, "take away" og servert på stedet (tall i 1 000)				
Bransje:	Omsetning 2007	Andel mat-omsetning*	Andel "take away"***	Andel servert på stedet*
Hotell m/restaurant	18 208 618	20 %	0 %	20 %
Restauranter og kafeer	18 307 534	75 %	5 %	70 %
Gatekjøkken og salatbarer	860 206	90 %	70 %	20 %
Puber	918 084	30 %	10 %	20 %
Kaffe- og tebarer	199 841	70 %	10 %	60 %
SUM	38 494 283			

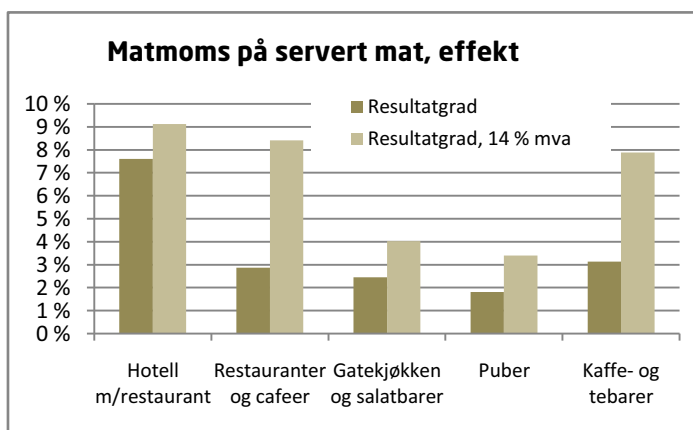
*Kilde: "Moms på serveringstjenester", Econ, 2008.

Det er videre gjort beregninger av hva denne omsetningen genererer av merverdiavgift på hhv ordinær sats og matmoms, og hvor stor differansen er dersom en forutsetter en avgiftsmessig likebehandling av servert mat og "take away". Tabellen under viser dette:

Merverdiavgift på servert mat (tall i 1 000)			
Bransje:	Utgående mva, dagens regler:	Utgående mva, likebehandling:	Differanse:
Hotell m/restaurant	910 431	509 841	400 590
Restauranter og cafeer	3 331 971	1 922 291	1 409 680
Gatekjøkken og salatbarer	127 310	108 386	18 925
Puber	58 757	38 560	20 198
Kaffe- og tebarer	32 774	19 584	13 190
SUM	4 461 244	2 598 662	1 862 582

Det er forutsatt at en likebehandling av servert mat med avgiftssatsen for "take away", ikke endrer avgiftsberegningen når det gjelder inngående avgift i de berørte virksomhetene.

Ettersom merverdiavgift på matservering ikke gir fradrag, vil hele differansen mellom 25 % og 14 % på servert mat bli å betrakte som et provenyutap for staten. Denne forutsetningen er holdbar, dersom en forutsetter at all matservering blir spesifisert særskilt på alle reiseregninger og utlegg som refunderes av avgiftspliktig virksomhet, og at virksomheten håndterer dette i tråd med bokføringsreglene. Den direkte effekten, dvs at en ser bort



fra evt etterspørselseffekter av dette, for staten vil være vel 1,8 mrd kroner.

En slik avgiftsmessig endring kan gi seg utslag på to måter. Dersom bedriftene opprettholder prisnivået vil det gi en positiv effekt på lønnsomheten. Dersom bedriftene senker prisene, vil dette føre til en økt etterspørsel etter servert mat. Hvor stor denne effekten vil bli, er vanskelig å estimere.

Vi har beregnet hvordan effekten av en slik endring blir, gitt at bedriftene opprettholder prisnivået. Dette innebærer at de får en større margin.

Som det fremgår av figuren vil spesielt restaurantene og kaffebarene løfte sine resultater betraktelig om en avgiftsmessig likestilling ble gjennomført, gitt at også prisnivået ble opprettholdt. Dette kommer av den forholdsvis store andelen matservering som foregår på stedet.

I tabellen under vises den samlede verdien av harmonisert matmoms for serveringstjenester, gitt at prisene opprettholdes:

Merverdiavgift på servert mat - effekt av harmonisering (tall i 1 000)			
Bransje:	resultat effekt e.s., pris uforandret	Resultatgrad, pris uforandret	Effekt for resultatgrad:
Hotell m/restaurant	288 425	9,1 %	1,53 %
Restauranter og cafeer	1 014 970	8,4 %	5,54 %
Gatekjøkken og salatbarer	13 626	4,0 %	1,58 %
Puber	14 542	3,4 %	1,58 %
Kaffe- og tebarer	9 496	7,9 %	4,75 %
SUM/snitt	1 341 059	8,5 %	3,42 %

Det gjøres oppmerksom på at ovennevnte oppstilling utelukkende er å betrakte som en teoretisk tilnærming til problemstillingen. Det vil ikke være mulig å styre de beslutninger som tas i den enkelte bedrift vedr pris på varer og tjenester. Da matmomsen ble innført ble det knyttet en klar politisk forventning til at dette skulle komme forbruker til gode, og dette ble fulgt opp med undersøkelser av prisnivå. Uavhengig av dette; noen bedrifter vil trolig se muligheten i å redusere prisen, for på den måten å tiltrekke seg flere besøkende, og dette vil bidra til en større eller mindre nedjustering av prisnivået.

9 Avslutning

Denne rapporten dokumenterer arbeidet med å analysere lønnsomhetsutviklingen i reiselivet i perioden 2005 – 2007. Det er gjort en sammenligning av bransjene i reiselivet med andre hovednæringsgrupper for å se hvor næringen står på de sentrale parametrene.

9.1 *Bedriftenes omstillingsevne*

Analysene viser at reiselivet gjennomgående har hatt en positiv utvikling i 2005 - 2007, både mht lønnsomhet, soliditet og likviditet. Mange bedrifter har vist meget solide resultater. Til tross for gode tider var det svært mange bedrifter som overhode ikke tjente penger i 2007. Dette kombinert med at veksten stagnerte og snudde i løpet av 2008 gir grunn til bekymring.

Det er for tidlig å si om 2008-resultatene bidro til å styrke eller svekke bedriftene. Bildet er trolig sammensatt. For enkelte bransjer og segmenter viser resultatene for 2007 at det vil være krevende å møte en svekkelse i markedet. Hovedproblemet for norske reiselivsbedrifter er en svak inntjening i driften. Kombinert med en svak egenkapitalsituasjon skaper dette en sårbarhet og en trussel mot videre drift når markedet snur.

Vedlegg 1:

Utvalg - parametere og bransjekoder

Følgende parametre vil danne grunnlag for uttrekk av data til analyse av kostnader og lønnsomhet for reiselivet.

Detaljering av parametersett:

- Seleksjonskriterier – aksjeselskap, med registrert omsetning
- Sorteringskriterier – bransjekode, org.nr, antall ansatte, fylke og postnr

Analysekriterier:

- Kostnadsstruktur – driftsregnskapet, alle poster (2005-2007)
- Kapitalstruktur – balanseoppstillingen, hovedposter (2005 – 2007)

Spesifisering av bransjekoder:

Kode:	OVERNATTING
551	HOTELLVIRKSOMHET
55101	DRIFT AV HOTELL, PENSJONAT OG MOTELL MED RESTAURANT
55102	DRIFT AV HOTELL, PENSJONAT OG MOTELL UTEN RESTAURANT
552	ANNEN OVERNATTING
5521	DRIFT AV VANDRERHJEM OG TURISTHYTTER (ikke analysert)
5522	DRIFT AV CAMPINGPLASSER
5523	OVERNATTING ELLERS
	SERVERING
55301	DRIFT AV RESTAURANTER OG KAFÉER
55302	DRIFT AV GATEKJØKKEN, SALATBARER OG PØLSEBODER
554	DRIFT AV BARER
55401	DRIFT AV PUBER
55402	DRIFT AV KAFFE- OG TEBARER
	OPPLEVELSER
92330	DRIFT AV FORNØYELSESETABLISSEMENT
92721	AKTIVITETS- OG OPPLEVELSESSELSKAP