

RAPPORT

Reiselivsnæringens verdi



Foto: Tjuvholmen Sjømagasin/Tommy Andresen

MENON-RAPPORT NR. 104/2018

Av Erik W. Jakobsen og Siri Voll Dombu



Forord

Denne rapporten er skrevet på oppdrag fra NHO Reiseliv og er resultatet av en arbeidsprosess som har strukket seg over trekvart år. Formålet med prosjektet er å dokumentere reiselivsnæringens verdi for samfunnet generelt og for norske kommuner spesielt. Vi har benyttet regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret for alle reiselivsbedrifter i Norge, SSBs sysselsettings- og overnattingsstatistikk, Innovasjon Norges forbruksundersøkelser, i tillegg til data som er innhentet direkte av Menon; markedsdata og prognoser fra 455 norske reiselivsbedrifter (innsamlet for dette prosjektet), samt Airbnb-data fra Airdna. Datagrunnlaget er kombinert og analysert for å gi et mest mulig presist og dekkende kunnskapsgrunnlag om reiselivsnæringens verdi.

Prosjektet er gjennomført av Managing partner Erik W. Jakobsen og seniorøkonom Siri Voll Dombu. Kristoffer Midttømme og Endre K. Iversen har også bidratt i prosjektet. Menon står ansvarlig for innholdet i rapporten. Vi takker NHO Reiseliv for et spennende prosjekt og godt samarbeid underveis!

Oslo, 28. november 2018

Erik W. Jakobsen
Managing partner

Innhold

FORORD	1
SAMMENDRAG	3
1. INNLEDNING: REISELIVSNÆRINGENS ØKONOMISKE BETYDNING FOR SAMFUNNET	4
1.1. Bakgrunn og formål	4
1.2. Hvordan måle reiselivsnæringens verdi for kommunene og samfunnet som helhet?	5
2. REISELIVSNÆRINGENS VERDISKAPING	9
2.1. Omsetning og sysselsetting	10
2.2. Verdiskaping	15
2.3. Lønnsomhet i reiselivet	18
3. DE REISENDES FORBRUK	22
3.1. Markedsutvikling	22
3.2. Beregninger av tilreisendes forbruk	34
4. NÆRINGENS BETYDNING FOR NORSKE KOMMUNER	39
4.1. Produktivitetsparadokset	39
4.2. Kommunale skatteinntekter fra reiselivet	41
REFERANSER	45
VEDLEGG 1: VERDISKAPINGSANALYSE AV REISELIVSNÆRINGEN	46
Kommunefordelte nøkkeltall	46
Fylkesfordelte nøkkeltall	49
VEDLEGG 2: ANTALL ANSATTE OG ÅRSVERK I DE SAMMENLIKNEDE NÆRINGENE	53
VEDLEGG 3: NÆRINGSINNDELINGER	54
VEDLEGG 4: SPØRRESKJEMA TIL REISELIVSBEDRIFTER	58

Sammendrag

Formålet med dette prosjektet er å formidle hvordan reiselivsnæringen i Norge skaper verdi for Norge generelt og for norske kommuner spesielt. Reiselivsnæringens verdi kan måles på flere måter, og i denne rapporten belyser vi reiselivets betydning i Norge ved hjelp av tre delanalyser; en verdiskapingsanalyse, en markeds- og forbruksanalyse, og en analyse av kommunale skatteinntekter fra reiselivsansatte.

Reiselivsbedriftene i Norge hadde samlede inntekter på 192 milliarder kroner i 2017. Basert på bedriftenes egen rapportering forventes inntektene å øke med 13 prosent til 218 milliarder kroner i 2019. Transport er den største bransjen i reiselivsnæringen – både målt i omsetning og verdiskaping – og står for 38 prosent av næringens samlede verdiskaping på 72 milliarder kroner. Deretter følger serverings- og overnattingsbedriftene med henholdsvis 26 og 16 prosent av verdiskapingen. Opplevelsesbransjen, det vil si aktiviteter og kultur, vokser raskest og står nå for 14 prosent av verdiskapingen. Til tross for høy vekst sliter reiselivsnæringen med lav lønnsomhet. Sammenlignet med resten av norsk næringsliv har den samlede driftsmarginen i næringen ligget systematisk lavere i mange år.

SSB målte i overkant av 33 millioner kommersielle gjestedøgn i Norge i 2017. I tillegg bruker mange tilreisende andre overnattingsmåter. Privat utleie gjennom Airbnb og hytteformidlere beregnes til å omfatte ca. 5 millioner gjestedøgn i 2017. Kapasiteten innenfor Airbnb har vokst kraftig de siste årene og utgjør nå nærmere 50 prosent av hotellkapasiteten i Norge. Vi beregner at gjestene ved kommersielle overnattingssteder, samt de ikke-kommersielle som vi har data på, til sammen hadde et forbruk på 41 milliarder kroner i forbindelse med deres opphold i 2017. Utlendinger beregnes å stå for 35 prosent av dette konsumet.

Reiselivsnæringen er svært viktig for norske kommuner. Det er flere grunner til dette: Næringen er arbeidsintensiv, spredt relativt jevnt over hele landet, sysselsetter svært mange unge og har en høy andel ansatte med minoritetsbakgrunn. Det medfører at reiseliv er en viktig kilde til kommunale skatteinntekter og samtidig kan bidra til å redusere kommunale utgifter. Våre beregninger viser at de ansatte i reiselivsnæringen bidro med nesten 4,5 milliarder kroner i skatteinntekter til kommunene i 2017. Dette kommer i tillegg til mer enn 15 milliarder kroner i skatteinntekter til staten og fylkeskommunene.

1. Innledning: Reiselivsnæringens økonomiske betydning for samfunnet

Reiseliv er en næring i høy vekst både i Norge og internasjonalt. Norge konkurrerer med reisemål i hele verden om både det innenlandske og utenlandske markedet. Når turismen øker, øker også betydningen av reiselivet. Ulike grupper av turister bidrar i ulik grad til verdiskapingen i reiselivet.

Tilreisende med høyt døgnforbruk, og som blir her lenge, bidrar relativt mer enn tilreisende som bruker lite penger per gjestedøgn og/eller blir her i kort tid. På grunn av store forskjeller i forbruk mellom ulike grupper er det ikke nok å bruke antall tilreisende som et mål på utviklingen i reiselivet. Bedrifter er opptatt av vekst og lønnsomhet. De ansatte er opptatt av arbeidsvilkår og lønn. Kommuner er opptatt av sysselsetting, skatteinntekter og innbyggernes velferd. Staten er opptatt av bidrag til BNP og skatteinntekter. I denne rapporten beskriver vi alle disse elementene, og vi legger størst vekt på reiselivsnæringens betydning for norske kommuner. Ikke fordi betydningen for kommunene er viktigere enn betydningen for andre aktører, men fordi næringslivets betydning for kommunene sjelden blir belyst.

1.1. Bakgrunn og formål

Formålet med denne rapporten er å synliggjøre hvilke verdier reiselivsnæringen bidrar med til det norske samfunn. For å gjøre det må vi supplere de tradisjonelle målene knyttet til BNP-bidrag og produktivitet.

Reiselivsnæringens økonomiske betydning måles normalt i form av direkte verdiskaping (næringens bruttoprodukt). I tillegg er det vanlig å sammenligne næringer etter produktivitet, hvor «målet» er å skape så store verdier som mulig med lavest mulig ressursinnsats.

Reiselivsnæringens arbeidsproduktivitet, målt i verdiskaping per ansatt, er lav sammenlignet med offshore leverandørindustri, prosessindustri eller finansnæringen. Det blir derfor hevdet at reiselivsnæringen legger beslag på arbeidskraft som kunne blitt overført til andre, høyproduktive næringer, noe som ville ført til høyere økonomisk vekst (høyere BNP).

Det er to åpenbare innvendinger mot resonnementet: For det første forutsetter dette at arbeidskraften i reiselivet friksjonsfritt kan overføres til industri og andre høyproduktive næringer. Med andre ord ser man bort fra at utdanning koster tid og ressurser, og krever at arbeidstakerne har mulighet til å flytte fra stedene de bor til Oslo og andre større byer. For det andre ser man bort fra at sysselsettingen er på full fart ned i de mest produktive næringene. Det er nettopp det faktum at arbeidskraften byttes ut med teknologi som gjør at produktiviteten blir så høy. Alle prognoser tilsier at behovet for arbeidskraft vil bli stadig mindre i industrien, i finans og i andre teknologibaserte tjenestenæringer. Det er derfor helt urealistisk å tro at de mest produktive næringene skal kunne absorbere arbeidskraften fra reiseliv og andre tjenestenæringer som i dag er lokalisert over hele landet. Tvert imot mener de fleste det er stort behov for å skape nye arbeidsplasser i Norge – særlig i distriktene.

Reiselivsnæringen kan spille en nøkkelrolle som jobbskaper. Allerede i dag er det ca. 166 000 ansatte i næringen, og det er grunn til å tro at antallet vil øke i årene fremover. NHO Reiseliv skriver følgende i sin årsrapport fra 2017:

For veldig mange unge er en jobb i reiseliv det første møte med arbeidslivet. Norsk reiseliv er også en viktig integreringsnæring med en høy andel ansatte med utenlandsk bakgrunn. I overnatting og

servering er 32 prosent under 24 år (tilsvarende tall for alle næringer er 12 prosent), og 42 prosent har utenlandsk bakgrunn (tilsvarende tall for alle næringer er 16 prosent).

Samtidig er det viktig å understreke at arbeidsplassene må være så produktive som mulig –

- for å forsvare et lønnsnivå som gjør de ansatte i stand til å opprettholde privat forbruk
- for å generere skatteinntekter som er store nok til å opprettholde offentlige velferdsgoder
- og for at avkastningen til eierne blir tilstrekkelig stor til at de vil fortsette å investere i næringen.

Her har bedrifter og myndigheter helt sammenfallende interesser. Bedrifter som styrker sin produktivitet – gjennom kompetanseutvikling, teknologi-, prosess- og produktinnovasjoner, eller simpelthen ved å jobbe smartere – styrker konkurranseevnen og oppnår vekst og økt lønnsomhet. Det fører i sin tur til økte skatteinntekter og dermed til større bidrag til fellesskapet.

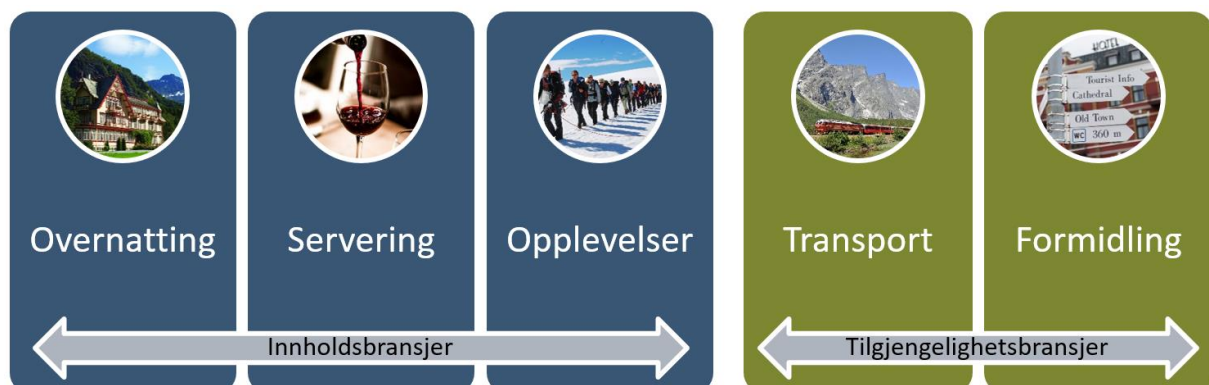
1.2. Hvordan måle reiselivsnæringens verdi for kommunene og samfunnet som helhet?

Den økonomiske betydningen av reiselivet er utfordrende å måle presist, men ulike tilnærminger kan sammen gi et godt bilde av næringen. I denne rapporten foretar vi en verdiskapingsanalyse, en besøks- og forbruksanalyse, og en analyse av kommunale skatteinntekter fra reiselivsnæringen.

1.2.1. Direkte verdiskaping

En verdiskapingsanalyse, eller regnskapsbasert nøkkeltallanalyse, ser reiselivet fra produktperspektivet. Her måles utviklingen i verdiskaping og andre regnskapsstørrelser i reiselivsnæringen. Verdiskaping er den verdiøkning en vare eller tjeneste får i hvert ledd i verdikjeden, se utfyllende definisjon i egen boks på side 16. Det er fem bransjer som utgjør det vi vanligvis definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene overnatting, servering og opplevelser handler om å skape et godt reiselivsprodukt på stedet, som tiltrekker turister og andre. Tilgjengelighetsbransjene transport og formidling har mer en infrastrukturfunksjon ved å legge til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud. Transport og formidling er gjerne løserne knyttet til den enkelte destinasjon enn det innholdsbransjene er. Figuren under er en illustrasjon av disse bransjene, som sammen utgjør reiselivsnæringen.

Figur 1-1 Illustrasjon av reiselivsbransjene overnatting, servering, transport og formidling, som innholds- og tilgjengelighetsbransjer.



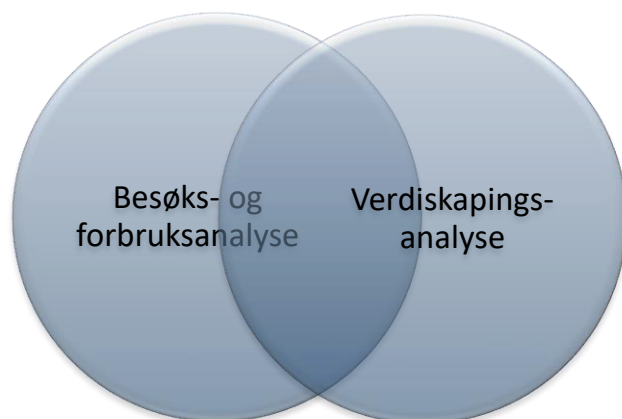
En verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen vil kunne dekke alle rapporteringspliktige foretak i reiselivsbransjene. Det er mulig å analysere alle slags regnskapstall, og vurdere på forskjeller mellom bransjer og regioner, og utvikling over tid. Verdiskaping, sysselsetting og lønnsomhet er sentrale størrelser i Menons verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen.

1.2.2. De tilreisendes forbruk innenfor reiselivsbransjene

En verdiskapingsanalyse skiller ikke på markeder, det vil si hvem det er som bidrar til omsetningen i reiselivsforetakene. For å beregne verdiskapingen som kommer fra de tilreisendes forbruk, kan vi kartlegge besøk fra overnattingsstatistikk og gjennomsnittlig forbruk gjennom spørreundersøkelser. Samlet forbruk fra tilreisende blir da antall gjestedøgn multiplisert med døgnforbruk for ulike grupper.

Man kan sammenlikne regnskapsmessig verdiskaping med beregnet verdiskaping fra de tilreisendes forbruk. Men da må man være oppmerksom på hva det er man måler og ikke. Figur 1-2 under illustrerer at de to innfallsvinklene til å analysere reiselivet er overlappende, men ikke sammenfallende.

Figur 1-2 Illustrasjon om sammenheng mellom verdiskapingsanalyse og besøks- og forbruksanalyse.



En hovedforskjell mellom hvordan disse to ulike analysene utføres, er at verdiskapingsanalysen avgrenses til de fem reiselivsbransjene, mens besøks- og forbruksanalysen inkluderer *alt* forbruk som de tilreisende foretar, der også andre næringer er representert. En annen viktig forskjell er at verdiskapingsanalysen også inkluderer lokalbefolkningens forbruk.

Innholdsbransjene kan være egnet for en kombinert analyse, der differansen mellom regnskapsmessig omsetning og samlet forbruk beregnet i en besøks- og forbruksanalyse i stor grad vil kunne forklares av forbruket til lokalbefolkningen og tilreisende som ikke fanges opp i statistikk.¹

1.2.3. De tilreisendes butikkjøp og forbruk av private tjenester

Reisende bruker ikke bare penger innenfor de bransjene vi definerer som reiselivsnæringen. Også for andre næringer som varehandel og private tjenester står tilreisende for et viktig bidrag til omsetningen.

¹ Det er viktig å huske at en verdiskapingsanalyse nødvendigvis kun innebefatter foretak som rapporterer regnskapene sine. En del enkeltpersonforetak og offentlige foretak vil derfor utgå. Ikke-rapporteringspliktige foretaks andel av total verdiskaping i reiselivet har tidligere blitt beregnet til å være ca. 6 prosent, se Menon (2015a).

I tillegg til de reisendes forbruk, skaper det private hyttemarkedet store inntekter fra bygg- og håndverksbransjene. I flere lokale ringvirkningsanalyser som Menon tidligere har gjort, beregner vi at bygg og anlegg får større årlige reiselivsrelaterte inntekter enn alle reiselivsbransjene til sammen. Dette er gjerne tilfelle i regioner der det bygges mange nye hytter årlig.

I følge Turistundersøkelsen til Innovasjon Norge bruker tilreisende mer penger på varehandel enn på opplevelser. Tilreisende bruker mye penger både på dagligvarer og på annen varehandel. Det er grunn til å tro at med økende andel «uformell» overnatting med selvhusholdning, som Airbnb, vil forbruket knyttet til dagligvarehandel øke.

1.2.4. Underleveranser fra vare- og tjenestebedrifter til reiselivsbedriftene

Alle foretak har behov for innsatsvarer og -tjenester i sin virksomhet. Etterspørselen fra tilreisende vil indirekte påvirke etterspørselen også rettet mot reiselivsbedriftenes leverandører. Bygg- og anleggsbedrifter, energiselskaper, næringsmiddelleverandører, IT-bedrifter og regnskapsbyråer er eksempler på aktører som har store leveranser til reiselivsnæringen. På regionsnivå vil omfanget av lokale underleveranser, som påvirkes av næringsstrukturen, ha noe å si for den totale økonomiske aktiviteten knyttet til reiselivet lokalt. På nasjonalt nivå er det et spørsmål om i hvilken grad en bedrift gjør innkjøp innenlands eller importerer som avgjør om vare- og tjenesteleveransene øker den samlede verdiskapingen. I denne rapporten, som tar for seg reiselivet i hele Norge, har vi valgt å se bort fra omfanget av nasjonale underleveranser til reiselivsnæringen.

1.2.5. Kommunale inntekter og kostnader

Mens staten får skatteinntekter fra en rekke kilder, kommer kommunenes skatteinntekter i all hovedsak gjennom arbeidstakernes inntekter. 11,8 prosent av arbeidstakernes alminnelige inntekt tilfaller kommunene. Antall arbeidsplasser er derfor svært viktig for kommunenes inntekter. Arbeidstakernes lønnsnivå er selvsagt også svært viktig. Skatteinntektene fra en person med en skattbar inntekt på 800 000 kroner er like stor som to personer med 400 000 kroner hver i skattbar inntekt. Imidlertid kan ikke kommunene velge hva slags private arbeidsplasser de skal ha. I mange tilfeller vil alternativet til en jobb med 400 000 kroner i skattbar inntekt være arbeidsledighet. Det innebærer at kommunen ikke bare øker sine skatteinntekter når reiselivsbedrifter skaper nye jobber i kommunen, men også at de sparer kostnader til arbeidsledighetstrygd og eventuelt andre kostnader som følger av arbeidsledighet.

1.2.6. Bolyst: Reiselivets bidrag til private og offentlige tjenester lokalt

Reiselivsnæringen kan bidra til å opprettholde og forsterke lokalsamfunn i Distrikts-Norge på flere måter. Mange viktige norske reiselivsdestinasjoner ligger i kommuner med liten befolkning. Dette er tilfelle for vintersportssteder som Hovden i Bykle, Trysil og Hemsedal. Her er det lokale handels- og tjenestetilbudet langt bedre enn hva man kan forvente for andre steder med like mange innbyggere. Når vi vet at slike tilbud også settes pris på av lokalbefolkningen, kan økt turisme føre til økt bolyst ved at flere enn de som jobber direkte med reiselivet kan bli værende i bygda eller ønske å flytte dit.

En omfangsrik lokal reiselivsnæring kan også bidra til å holde oppe det kommunale tjenestetilbudet, som skoler og barnehager. Kommunale skatteinntekter bidrar til finansieringen. Reiselivet som arbeidsgiver kan bidra til at folk har en jobb i nærheten av der de bor.

1.2.7. Bærekraftutfordringen

Reiseliv er en av verdens største og raskest voksende næringer. Den sterke veksten har ført til at attraktive reisemål som Venezia, Machu Picchu (Inkabyen) og Island opplever at turisttilstrømmingen ikke er bærekraftig. Også i Norge er det en økende bekymring for om veksten i reiselivet fører til miljøproblemer, «people pollution» (opphopning av mennesker) og sikkerhetsproblemer. Sagt på en annen måte er mange bekymret for om reiselivet kommer i konflikt med reisemålenes bærekraft. Konkrete eksempler er cruiseturismen i Bergen og i verdensarvområdene Geiranger og Flåm, samt antall fotturister til Preikestolen og Trolltunga.

Det er liten tvil om at reiselivet potensielt kan ha negative effekter på kommuner og lokalsamfunn i form av miljøavtrykk, behov for økt beredskap og håndtering av ulykker. Det er imidlertid viktig å understreke at dette langt fra er uunngåelige effekter av vekst i reiselivet. Næringen kan sammen med lokale og nasjonale myndigheter legge til rette for et bærekraftig reiseliv. Det foregår et systematisk arbeid med dette på en rekke destinasjoner over hele landet, blant annet gjennom Innovasjon Norges merke for bærekraftige reiselivsdestinasjoner, som viser til at destinasjonen over tid prioriterer målet om økt bærekraft. Et annet eksempel er Nasjonale turiststier, en ordning som skal ivareta natur- og opplevelsesverdiene ved et utvalg naturområder som mottar særlig stort besøk. Næringen selv har også innført flere grønne tiltak, og det jobbes lokalt med å skape en balanse mellom innbyggere og tilreisende. Det er en generell erkjennelse i hele reiselivssektoren om at bærekraft er et premiss, en forutsetning, for næringens utvikling.



Surfing ved Flakstad, Lofoten. Foto: Alex Conu/Visitnorway.com

2. Reiselivsnæringens verdiskaping

Reiselivsbedriftene i Norge hadde samlede inntekter på 192 milliarder kroner i 2017. Basert på bedriftenes egen rapportering forventes inntektene å øke med 13 prosent til 218 milliarder kroner i 2019. Transport er den største bransjen i reiselivsnæringen – både målt i omsetning og verdiskaping – og står for 38% av næringens samlede verdiskaping på 72 milliarder kroner. Deretter følger serverings- og overnattingsbedriftene med henholdsvis 26 og 16 prosent av verdiskapingen. Opplevelsesbransjen, det vil si aktiviteter og kultur, vokser raskest og står nå for 14 prosent av verdiskapingen. Til tross for høy vekst sliter reiselivsnæringen med lav lønnsomhet. Sammenlignet med resten av norsk næringsliv har den samlede driftsmarginen i næringen ligget systematisk lavere i mange år.

I dette kapitlet presenterer vi resultater fra vår verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen. Analysen er supplert med prognoser for 2018 og 2019, som er utarbeidet på bakgrunn av resultatene fra en spørreundersøkelse med data fra 455 reiselivsbedrifter. I verdiskapingsanalysen har vi tatt utgangspunkt i Menons regnskapsdatabase og vår definisjon av reiselivsnæringen. Menons regnskapsdatabase inneholder regnskaper og ansattetall fra alle rapporteringspliktige foretak i Norge.

For å få fram tall på verdiskaping og sysselsetting benytter vi Menons regnskapsdatabase. Den inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene, det vil si alle aksjeselskaper og andre bedrifter med minst 5 millioner kroner i omsetning. Databasen har blitt utviklet gjennom flere år, og herfra kan vi trekke ut informasjon om samtlige reiselivsbedrifter i Norge, basert på ulike bransjekoder som til sammen utgjør reiselivsnæringen (overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser).²

I Figur 2-1 under vises eksempler på store foretak innen hver av reiselivsbransjene.

² En liste over alle bransjekoder i Menons definisjon av reiselivsnæringen finnes i vedlegg.

Figur 2-1 Eksempler på store foretak i reiselivsbransjene



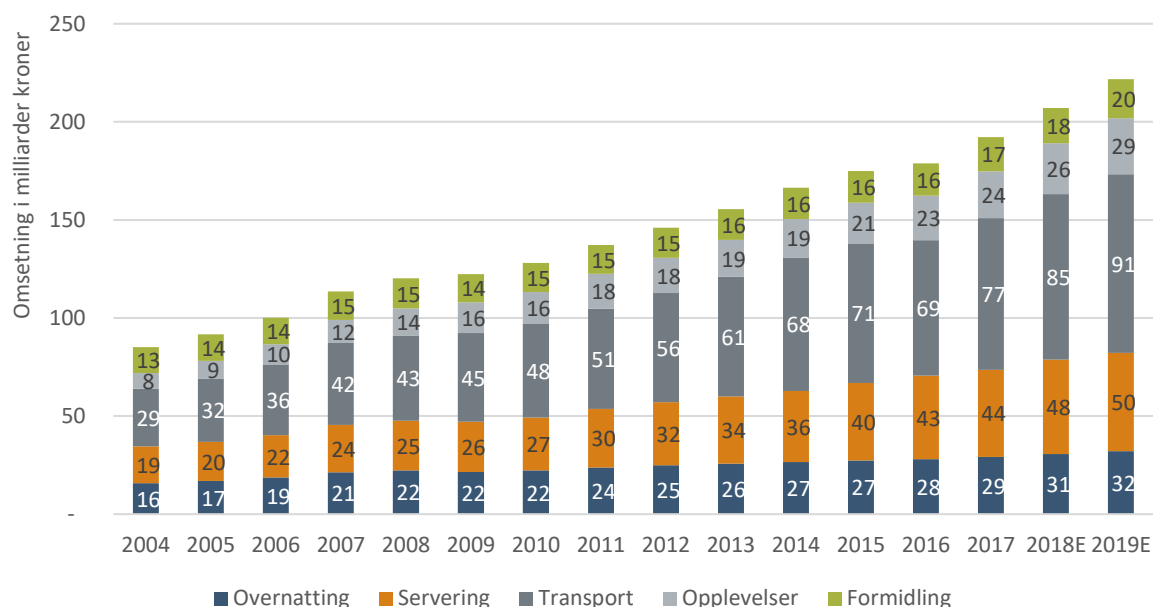
At regnskapsdatabasen kun inneholder bedrifter som er regnskapspliktige til Brønnøysund, innebærer at det er en del mindre bedrifter som ikke fanges opp. De små bedriftenes andel av den totale verdiskaping er imidlertid liten, slik at dette ikke vil gi de store utslagene for den helhetlige vurderingen. En stor fordel med databasen er at den inneholder avdelingsdata, det vil si at bedrifter som har avdelinger registrert i lokalt, men som eventuelt har hovedkontor i landsdeler, også er inkludert. På denne måten får vi synliggjort den verdiskapingen og sysselsettingen som faktisk finner sted i hver region, uavhengig av hvor foretaket har valgt å lokalisere hovedkontoret. I tillegg blir sysselsetting og verdiskaping fordelt på fylker og regioner på en riktigere måte. Informasjonen går tilbake til 2004.

Menons reiselivspopulasjon og tall for reiselivet skiller seg noe fra Statistisk sentralbyrås tall. Det skyldes tre forhold. For det første har SSB i motsetning til Menon med enkeltpersonforetak, som ikke har offentlig tilgjengelige regnskaper. For det andre foretar Menon en kontinuerlig kvalitetssikring av populasjonen, og tar ut bedrifter som ikke er relevante for reiselivet, til tross for at næringskoden skulle tilsa det. For det tredje har ikke Menon med alle de samme næringskodene som SSB i definisjonen av reiselivsnæringen. Menon har eksempelvis ikke med kantinedrift. Sammen bidrar disse forholdene til at Menon har en noe strengere definisjon av reiselivsnæringen enn SSB.

2.1. Omsetning og sysselsetting

Omsetning er et mål på en bedrifts samlede inntekter fra salg av varer og tjenester. Figur 2-2 under viser omsetningen i reiselivsbransjene i perioden 2004–2017, med prognoser for 2018 og 2019.

Figur 2-2 Omsetning i reiselivsbransjene i perioden 2004–2017, og prognoser for 2018 og 2019. Løpende priser. Kilde: Menon

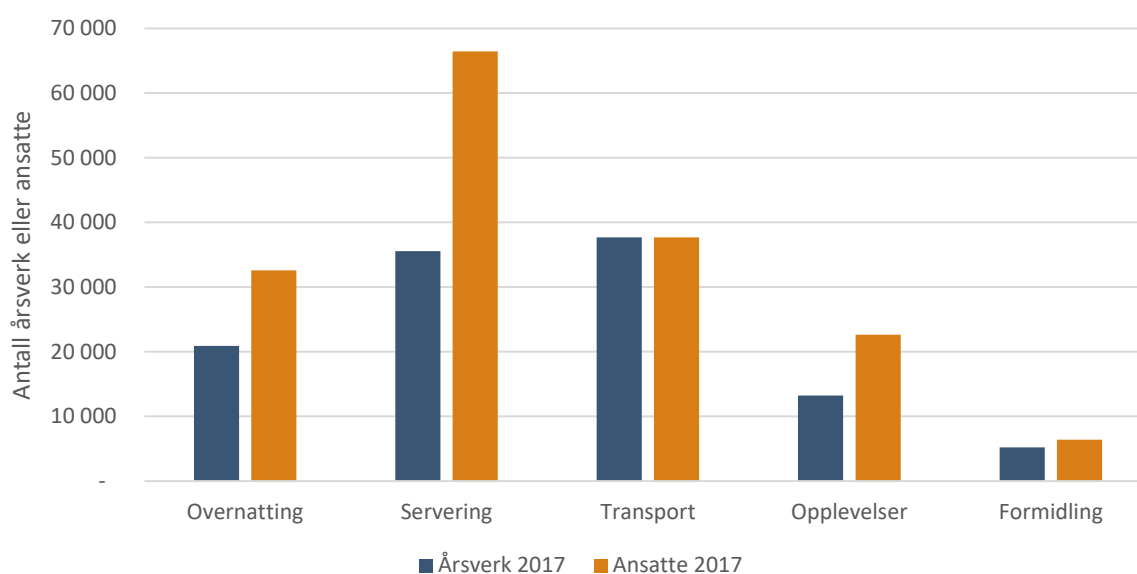


Reiselivsbedriftenes samlede inntekter var på 192 milliarder kroner i 2017. Reiselivsomsetningen har økt hvert år siden 2004, og den årlige veksten har i gjennomsnitt ligget på 7 prosent. Transportbransjen er størst, med en omsetning på 77 milliarder kroner i 2017. Deretter følger servering og overnatting, med en omsetning på henholdsvis 44 og 29 milliarder kroner i 2017. Våre beregninger, basert på bedriftenes egen rapportering, tilsier at næringens samlede inntekter vil bli 218 milliarder kroner i 2019 – en økning på 13 prosent fra 2017.

2.1.1. Antall ansatte og antall årsverk

Statistikk på sysselsetting kan antas å være mindre nøyaktig enn regnskapstallene. For det første ble innrapporteringen inn til SSB endret fra og med 2015, og tall før og etter 2015 kan ikke sammenliknes direkte. For det andre er det trolig ofte et innslag av skjønn når bedriftene oppgir antall ansatte, og rapporteringen per bedrift er ikke nødvendigvis konsistent fra et år til det neste. Dessuten rapporteres ikke antall årsverk, men dette må beregnes. Menon har beregnet både antall sysselsatte og antall årsverk for vår reiselivspopulasjon. Figur 2-3 under viser beregnet antall årsverk og sysselsatte i reiselivsbransjene i 2017. Antall årsverk er beregnet med bakgrunn i lønnskostnader og gjennomsnittlig årslønn for heltidsansatte per bransje.

Figur 2-3 Antall årsverk og antall ansatte i reiselivsbransjene i 2017. Beregnede størrelser. Kilde: Menon og SSB



Vi finner at det er 166 000 arbeidsplasser innen reiselivsnæringen i Norge, og 113 000 årsverk. Servering er den største sysselsetteren av arbeidskraft med 66 500 arbeidsplasser i 2017, men en stor andel av arbeidsinnsatsen er utført av deltidsansatte. Transportbransjen krever størst samlet arbeidsinnsats av bransjene med 37 500 årsverk i 2017.

Vi finner altså at serveringsbransjen har den største differansen, både relativt og absolutt, mellom antall årsverk og antall sysselsatte. Det betyr at serveringsbransjen har større innslag av deltidsarbeid (eller sesongarbeid) enn de andre bransjene. Overnattings- og opplevelsesbransjene finner vi også at har relativt stor differanse mellom antall årsverk og ansatte. For transport og formidling er antall årsverk omtrent lik antall ansatte.

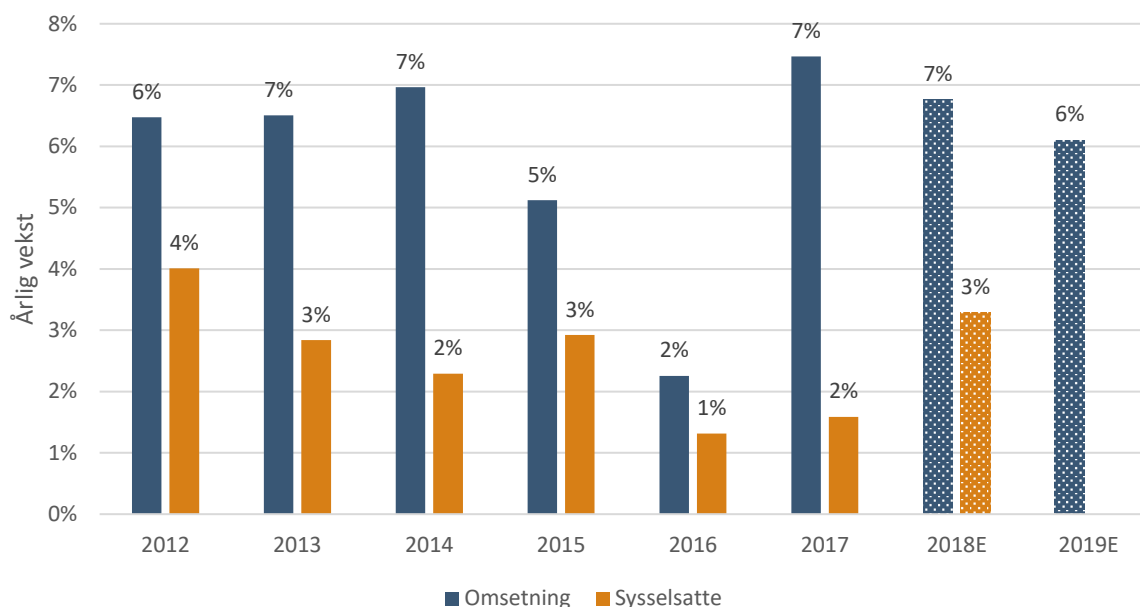
2.1.2. Vekst i omsetning og sysselsetting

Reiselivsnæringen har hatt positiv årlig vekst både i omsetning og sysselsetting i alle årene vi studerer. Figur 2-4 viser årlig vekst i omsetning og antall sysselsatte fra 2012 til 2017, og med prognoser for 2018 og 2019. I spørreundersøkelsen som vi sendte ut til et stort antall reiselivsbedrifter, ble bedriftene spurt om hva de forventet å ha i omsetning i 2018 og 2019, hvor mange ansatte de hadde ved starten av året 2018, og hvor mange de forventet å ha ved utgangen av året. Med dette datagrunnlaget har vi beregnet gjennomsnittlig vekst for den nasjonale reiselivsnæringen.

Med unntak av 2016 har den samlede omsetningen i næringen økt med 5-7 prosent hvert år siden 2012. Den lave veksten i 2016 skyldtes i all hovedsak fall i Norwegianes regnskapsmessige inntekter (uten Norwegian ville omsetningsveksten vært på 5 prosent i 2016). Den samme veksttaket ser ut til å fortsette i 2018 og 2019. Reiselivsnæringen vekst er faktisk svært stabil, og utviklingen samvarierer i stor grad med den generelle veksten i Fastlands-Norge. Det bidrar til stabile og forutsigbare skatteinntekter, noe vi kommer tilbake til i kapittel 4.

Sysselsettingen har også økt hvert år, med 2-4 prosent årlig vekst. Hvis bedriftenes egen rapportering stemmer, har antall arbeidsplasser økt med 3,3 prosent i 2018 også.

Figur 2-4 Årlig vekst i omsetning og antall ansatte. Prognoser for 2018 og 2019 basert på svar fra spørreundersøkelse. Antall ansatte er estimert. Kilde: Menon



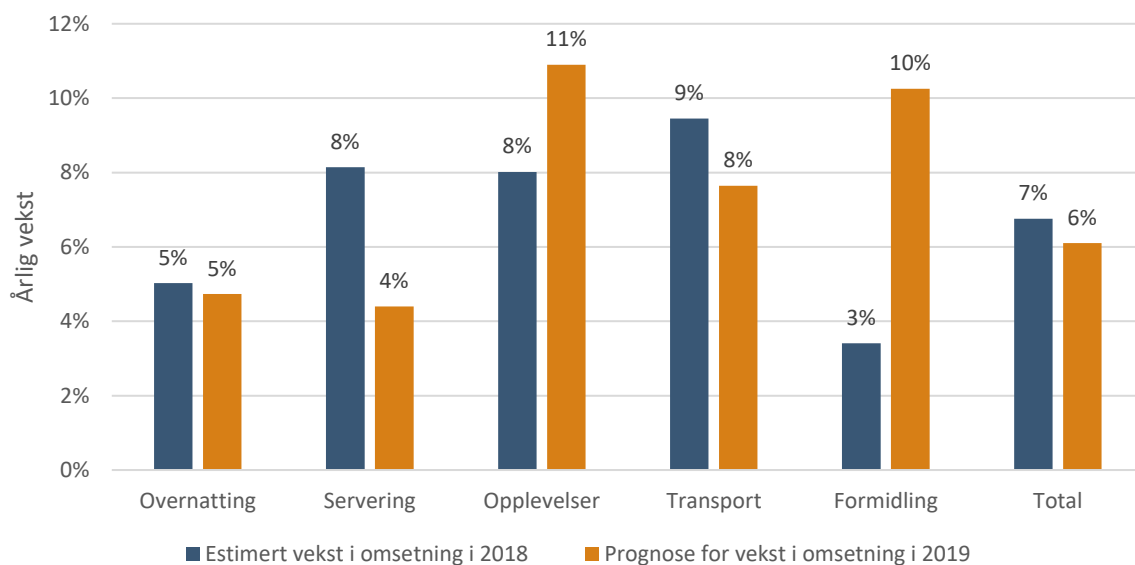
Omsetningsveksten kan skyldes enten volumvekst eller prisvekst, hvor prisveksten kan komme av økt kvalitet på tjenestene, raskere vekst i etterspørselen enn tilbudet, eller økt bruk av markedsrett blant reiselivsbedrifter. Tall fra SSB viser at overnattings- og serveringstjenester har hatt en årlig prisvekst på 2,9 prosent, kultur- og fritidstjenester en prisvekst på 2,6 prosent og transporttjenester en vekst på 1,8 prosent over tidsperioden 2012 til 2017. Til sammenligning har det generelle prisnivået (KPI-JA) økt med 2,3 prosent i året i samme periode.

Omsetningen har økt mer enn sysselsettingen hvert år. Det kan tyde på produktivitetsvekst, altså økt eller kvalitativt bedre produksjon per sysselsatt. Det vanskelig å si noe sikkert om sammenhengen mellom produktivitet og pris. Når en restaurant hever kvaliteten på råvarene, øker servicenivået eller legger mer innsats i produksjon og presentasjon av maten, fører dette til at kundeopplevelsen blir større, noe som igjen naturlig reflekteres i økte priser og økt omsetning per ansatt. Samtidig leverer reiselivsnæringen i stor grad differensierte produkter i lokale markeder. Det innebærer at prisene delvis er under bedriftenes egen kontroll. Endringer i kvalitet, service og kundeopplevelse er vanskelig å måle, men det er Menons klare oppfatning at det generelle kvalitetsnivået på norske reiselivsprodukter er blitt hevet betydelig de siste 5-10 årene. Det er derfor god grunn til å hevde at deler av prisøkningen skyldes økt produktivitet.

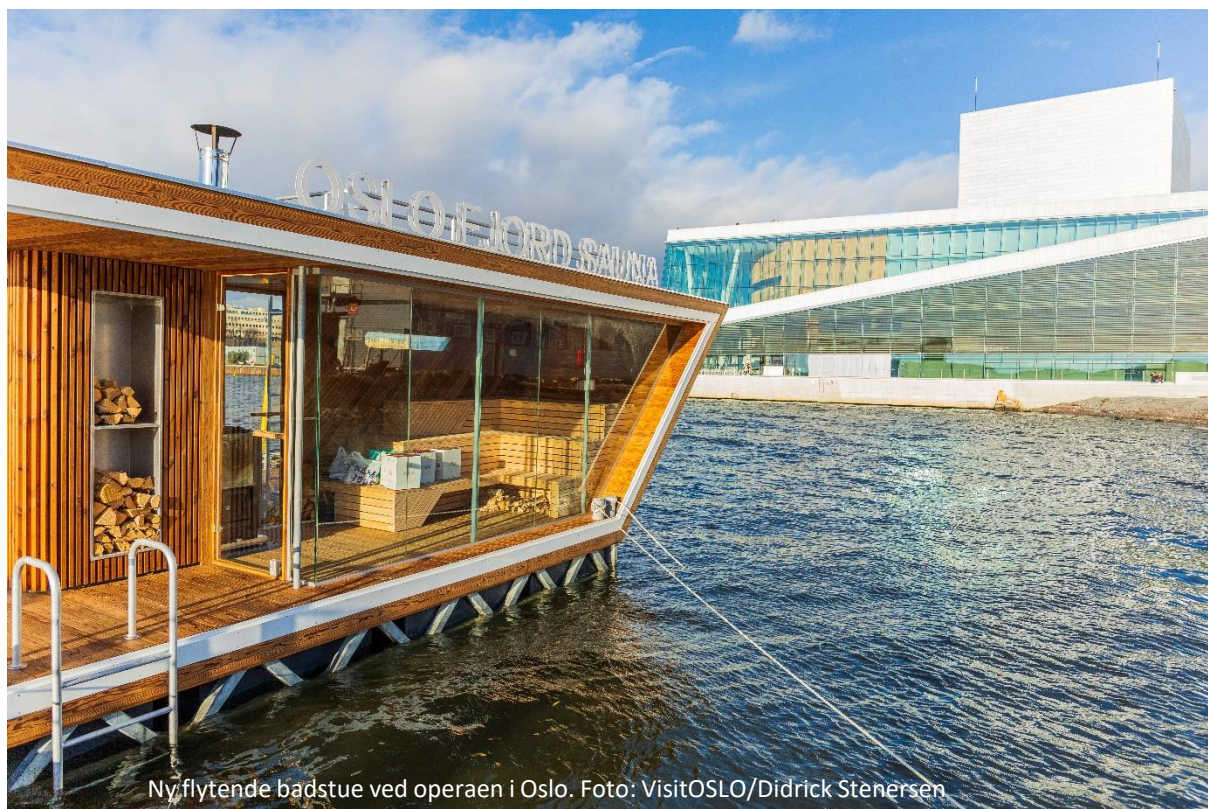
2.1.3. Høyest vekst i opplevelser – fortsetter trolig i 2019

Opplevelsesbransjen har hatt den høyeste omsetningsveksten i perioden, med 8 milliarder kroner i 2004 og 24 milliarder kroner i 2017. Det tilsvarer en vekst på 200 prosent, det vil si en tredobling. Også i 2018 og 2019 er det opplevelsesbedriftene som er mest optimistiske, se Figur 2-5 under.

Figur 2-5 Estimert og prognose for fem reiselivsbransjers omsetningsvekst i 2018 og 2019. Kilde: Menons spørreundersøkelse i reiselivsnæringen (n=455)



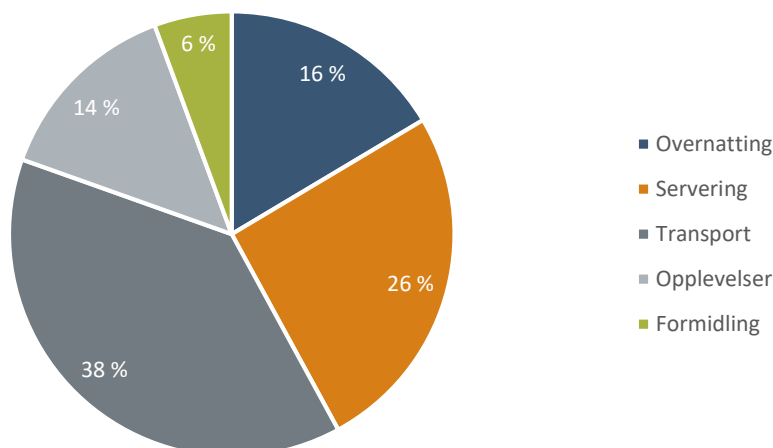
Opplevelsesbedriftene forventer at omsetningen vil vokse med 8 prosent i 2018 og hele 11 prosent i 2019. Transportbedriftene er også optimistiske og forventer henholdsvis 9 og 8 prosent vekst i år og neste år. Overnattingsbedriftene forventer stabil vekst i både 2018 og 2019 – 5 prosent begge år. Serveringsbedriftene forventer høyere vekst i omsetningen i 2018 enn i 2019, mens for formidlingsbedriftene er det motsatt.



2.2. Verdiskaping

Reiselivsnæringens samlede verdiskaping i 2017 var på 72 milliarder kroner. Verdiskapingen fordelte seg på reiselivsbransjene som vist i Figur 2-6 under.

Figur 2-6 Fordeling av verdiskapingen i reiselivsnæringen på bransjer i 2017. Kilde: Menon



Det var transportbransjen som hadde høyest verdiskaping av bransjene, med 38 prosent, fulgt av servering og overnatting. Opplevelser tar en stadig større andel av verdiskapingen, men utgjør fremdeles bare 14 prosent av totalen.

Verdiskaping – hva det er og hvordan det måles

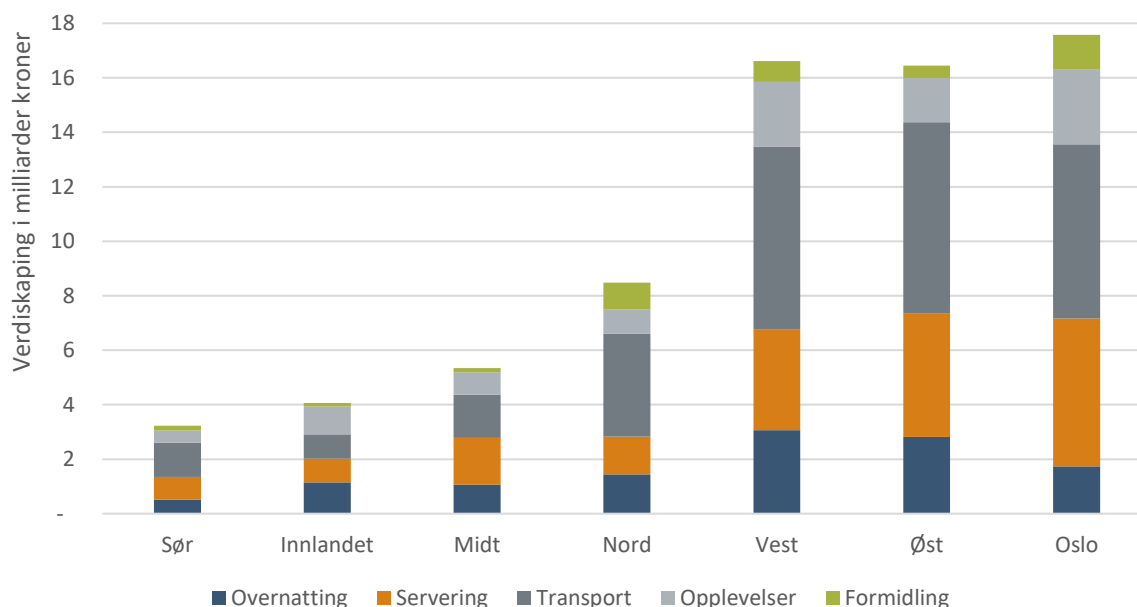
En sektors størrelse kan måles på ulike måter. Det beste målet er etter vårt skjønn verdiskaping. Selv om dette begrepet i mange tilfeller blir benyttet løselig og med varierende innhold, har det fra et samfunnsøkonomisk perspektiv en presis og entydig betydning. **Verdiskaping er den verdikjøpning en vare eller tjeneste får i hvert ledd i verdikjeden, og defineres som salgsinntekt fratrukket produksjonskostnad.** Brutto nasjonalprodukt er mål på den samlede verdiskapingen i et land. Salgsprisen på siste ledd tilsvarende samlet verdiskaping i en verdikjede.

Det betyr samtidig at bedriftenes **verdiskaping tilsvarende summen av lønnskostnader og EBITDA** (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization – dvs. driftsresultat før renter, skatt, av- og nedskrivninger). For offentlige aktører beregnes verdiskaping som summen av lønnskostnader, av- og nedskrivninger. Innleide konsulenter, midlertidig ansatte og annet innleid personale som ikke er en del av vår definisjon av helsenæringen over faller til dels utenfor våre tall både for helsenæringen og for hoved- og undergrupper. På både hoved- og undergruppenivå vil det være enkelte grupper som trolig blir undervurdert mer enn andre.

Verdiskaping er et godt størrelsesmål av to grunner. For det første unngår man dobbelttelling av varer og tjenester, noe som gjør det meningsfullt å sammenligne verdiskaping på tvers av næringer. Dessuten gir verdiskaping et godt bilde på den samfunnsmessige avkastningen av næringsvirksomheten. Det skyldes at verdiskapingen viser hvor mye som blir igjen til å lønne de viktigste interessentene (stakeholders) i næringen, det vil si de ansatte gjennom lønn, kommunene og staten gjennom inntektskatt, arbeidsgiveravgift og selskapsskatt, kreditorene gjennom renter på lån, og til slutt eierne gjennom overskudd etter skatt.

I Figur 2-7 under vises verdiskapingen i reiselivsnæringene i 2017 fordelt på regioner.³ Tre regioner skiller seg ut i samlet verdiskaping – Oslo, Øst (Østlandet utenom Oslo og Innlandet) og Vest (de fire vestlandsfylkene). Nord (Nordland, Troms og Finnmark) er omtrent halvparten så stor som de tre største. Deretter følger Midt (Trøndelag), Innlandet (Oppland og Hedmark) og Sør (Agder) målt i samlet verdiskaping.

Figur 2-7 Verdiskaping i de ulike reiselivsbransjene fordelt på regioner i 2017. Avdelingsdata for rapporteringspliktige foretak. Kilde: Menon

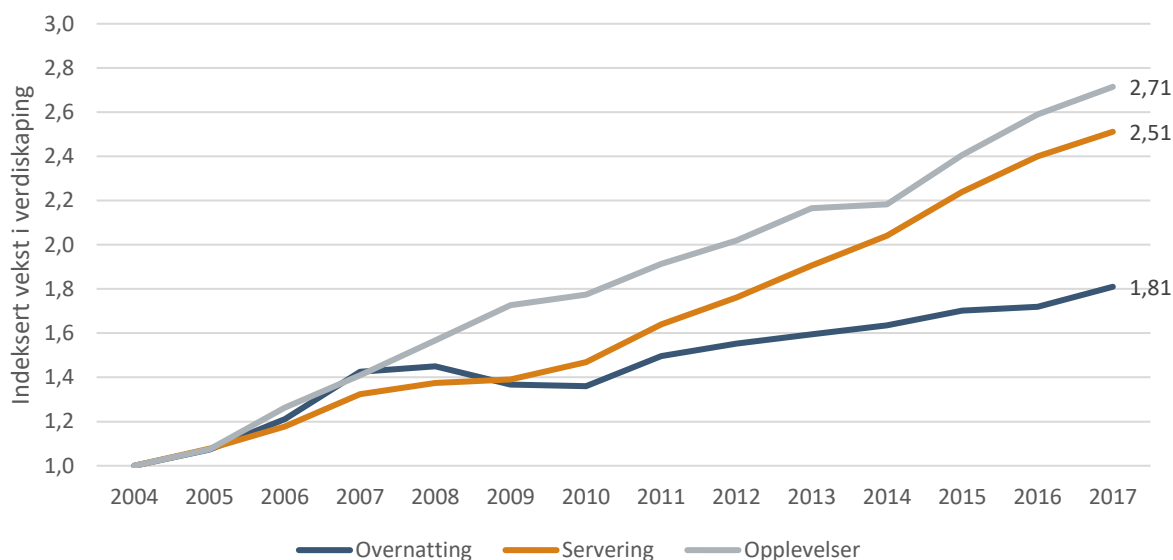


I alle de tre største regionene er transport den største reiselivsbransje. Dette gjelder i aller sterkest grad i Sørøst. I denne regionen finner vi store selskaper som Norwegian, TUI Norge og Color Line. I Vest er transportbransjen klart størst, men det er også interessant å observere at Vest er regionen med høyest verdiskaping innen overnatting. Vestlandet har nesten dobbelt så stor verdiskaping blant overnattingsbedrifter som Oslo har. Oslo hadde den største samlede verdiskaping i 2017, og er samtidig den regionen hvor serveringsbransjen er klart størst. Det er ikke overraskende med tanke på den store lokalbefolkningen i Oslo og regionen rundt byen. Oslo er også størst på opplevelser og formidling, men lavere enn Vestlandet innen overnatting og transport. Innlandet er den eneste regionen der overnatting er størst av bransjene, mens Midt er den eneste regionen der servering er størst.

Innholdsbransjene sier noe om reiselivet på et sted, mens transport og formidling kan være like mye utadrettede virksomheter. I Figur 2-8 vises utviklingen i verdiskapingen i de tre innholdsbransjene fra 2004 til 2017 som en indeks, der 2004=1.

³ Nord er Nordland, Troms og Finnmark fylker, Midt er Trøndelag, Vest er Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal, Sør er Agder-fylkene, Øst er Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold og Telemark, Innlandet er Hedmark og Oppland og Oslo er Oslo fylke.

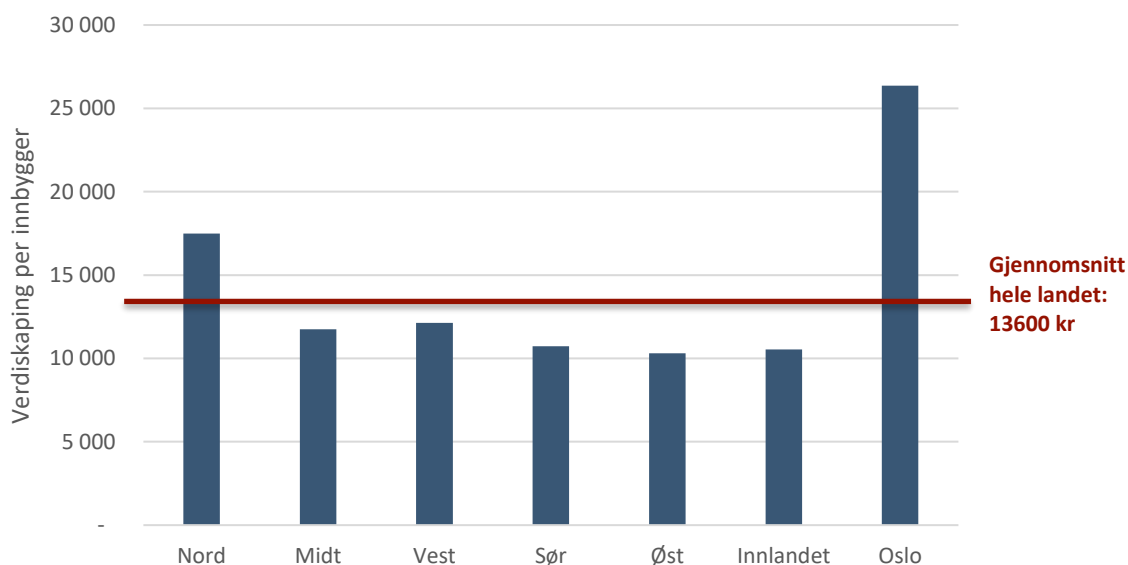
Figur 2-8 Utvikling i verdiskapingen i reiselivsbransjene i perioden 2004–2017, indeksert vekst der 2004=1. Løpende priser.
Kilde: Menon



Vi ser at opplevelsesbransjen har økt verdiskapingen mest i perioden, med en vekst på 171 prosent. Verdiskapingen innen servering har økt med 151 prosent, og overnatting kun har økt verdiskapingen med 81 prosent. Veksten i opplevelser og servering har dermed vært omtrent dobbelt så høy som veksten i overnatting. Regionene har hatt ulik utvikling, se tall på dette i vedlegg.

Det er interessant å se verdiskaping opp mot andre størrelser som antall innbyggere eller sysselsatte. Figur 2-9 under viser regionale tall for verdiskaping i reiselivsnæringen dividert med antall innbyggere.

Figur 2-9 Verdiskaping i reiselivsnæringen per innbygger fordelt på landsdeler i perioden 2004–2017. Avdelingsdata. Kilde: Menon



Vi ser at sammenliknet med landsgjennomsnittet på 13 600 kroner per innbygger, ligger region nord og Oslo høyere. Særlig Oslo drar opp gjennomsnittet for verdiskaping per innbygger. Man kan tenke seg flere årsaker til dette. For det første er Oslo viktig i reiselivssammenheng som en destinasjon mange besøker. For det andre er

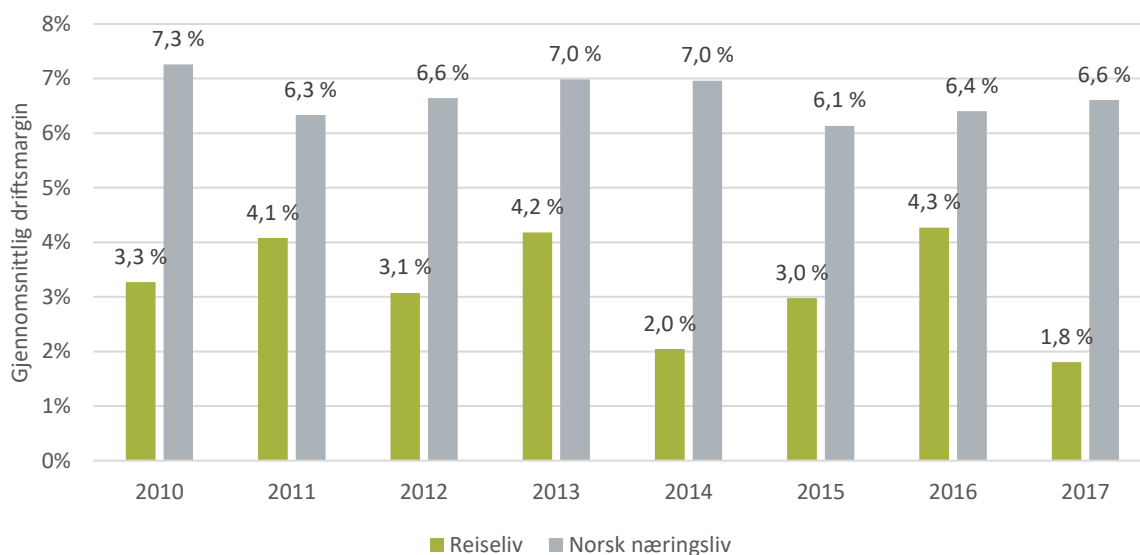
Oslo den største byen sentralt på Østlandet, og både Oslos innbyggere og innbyggere i nabokommuner benytter seg av servering og opplevelsestilbudet i Oslo. Dette underbygges av at verdiskaping per innbygger ligger aller lavest på Østlandet utenfor Oslo. En urban livsstil, samt at lønnsnivået ligger høyere i Oslo enn i resten av landet, bidrar til at innbyggerne i Oslo i gjennomsnittet bruker mer penger på restauranter, kafeer og andre lokale reiselivstjenester enn en gjennomsnittlig nordmann gjør. For det tredje har enkelte større reiselivsbedrifter hovedkontor i Oslo (eksempelvis Color Line), slik at det er en del arbeidsplasser knyttet til nasjonal reiselivsproduksjon i byen.

Vi ser at region sørøst, som har høyest absolutt verdiskaping i reiselivet, har den laveste verdiskapingen per innbygger. Det er mye reiseliv også i disse fylkene (Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold og Telemark), men det er også mange innbyggere i disse fylkene, og de konkurrerer i noen grad med Oslo og andre regioner som Innlandet.

2.3. Lønnsomhet i reiselivet

Lønnsomheten i reiselivet, målt i form av driftsmargin, varierer relativt mye både mellom reiselivsbransjene og fra år til år. Driftsmargin er et vanlig mål på lønnsomhet, og defineres som driftsmargin dividert med omsetning. Figur 2-10 under viser gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivet og for norsk næringsliv samlet. Som figuren viser ligger den gjennomsnittlige lønnsomheten systematisk lavere i reiselivet enn i annet norsk næringsliv. En av årsakene til det er at reiselivet er lite kapitalintensivt,⁴ noe som innebærer at bedriftene trenger et mindre overskudd på driften til å dekke kapitalkostnader. Samtidig er det liten tvil om at reiselivsnæringen har slitt med lav lønnsomhet i en årrekke.

Figur 2-10 Gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivsnæringen og for hele norsk næringsliv unntatt oljeselskaper og finans, 2010–2017. Kilde: Menon

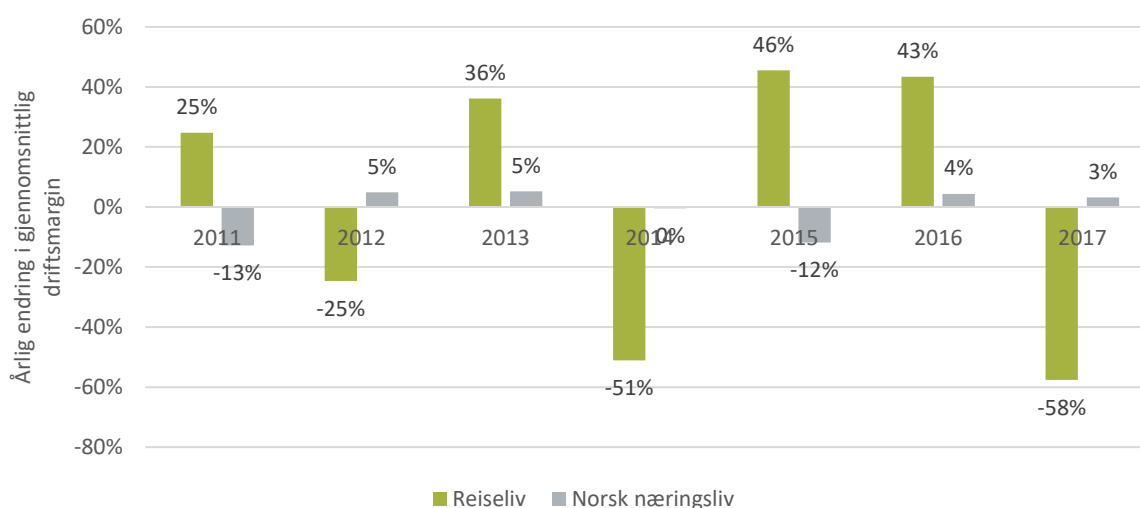


⁴ En annen, mer teknisk, forklaring er at de fleste overnattingsbedrifter har skilt ut eiendomsmassen i egne selskaper. Det medfører at kontantstrømmen som skal dekke kapitalkostnader, vedlikehold og oppgraderinger av eiendomsmassen fremkommer som husleiekostnader i hotellenes regnskaper. Det trekker ned driftsresultat og driftsmargin i hotellselskapet.

Flere ting kan være verdt å merke seg her. Vi ser av Figur 2-10 at driftsmarginene i reiselivet har ligget en del lavere enn for gjennomsnittet av norsk næringsliv. At reiselivsnæringen både er konkurranseutsatt og er arbeidsintensivt i en tid med høyt lønnspress, bidrar til pressede marginer. Reiselivsnæringen består også av mange nystartede småbedrifter. Særlig servering, men også overnatting og kultur/aktiviteter, er bransjer hvor mange mennesker prøver å starte sin egen virksomhet, med den konsekvens at mange bedrifter sliter med å få lønnsom produksjon. Store deler av næringen står også overfor en ujevn sesongprofil, for eksempel noen hektiske sommermånedene, som krever at kapasiteten må tilpasses høysesong. For mange bedrifter medfører det at virksomheten drives med tap i deler av året. Dette kommer vi tilbake til nedenfor.

Vi ser også at utviklingen i reiselivet og norsk næringsliv ser ut til å korrelere negativt – når driftsmarginene faller i norsk næringsliv, så øker de i reiselivet, og omvendt. Denne sammenhengen er illustrert i Figur 2-11 under, der vi viser årlig endring i driftsmarginer for reiselivet og norsk næringsliv samlet.

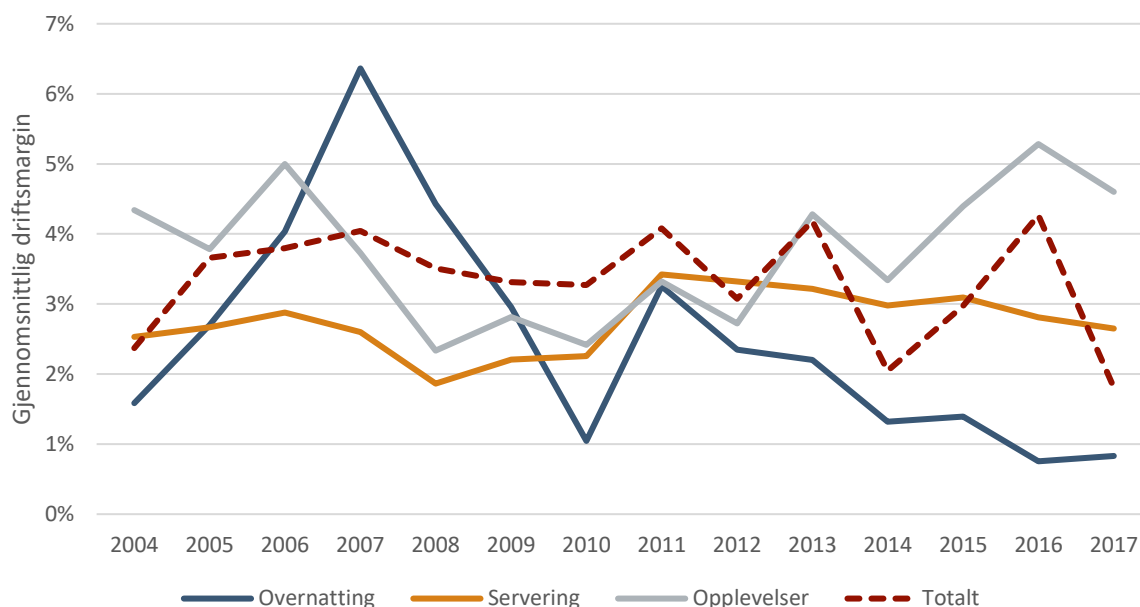
Figur 2-11 Årlig endring i driftsmarginer i reiselivsnæringen og for hele norsk næringsliv unntatt oljeselskaper og finans, 2011–2017. Vektet gjennomsnitt. Kilde: Menon



Vi ser at for hvert år i perioden 2011–2017 går utviklingen motsatt vei for reiselivet sammenliknet med gjennomsnittet for norsk næringsliv (unntatt i 2010). Reiselivet har også større årlige endringer, der endringene i driftsmargin fra et år til det neste er oppe i omtrent 50 prosent både i positiv og negativ retning i enkeltår.

Lønnsomheten varierer også en del mellom reiselivsbransjene. I Figur 2-12 under vises utviklingen i driftsmarginer for opplevelsesbransjene og reiselivsnæringen som helhet i perioden 2004–2017. Overnattingsbransjen hadde høyest lønnsomhet i 2007, med en driftsmargin på 6,4 prosent. Også resten av perioden 2005–2009 og 2011 var år relativt god lønnsomhet innen overnatting. Siden 2014 har driftsmarginen ligget under 2 prosent. Servering har ligget relativt stabilt med en driftsmargin rundt 3 prosent siden 2011, etter noen litt magrere år rundt finanskrisen. Opplevelsesbransjen hadde også lavest lønnsomhet rundt 2008–2010, men har senere hatt en (ujevn) vekst. Siden 2013 har opplevelsesbransjen hatt høyere driftsmarginer enn både overnatting, servering og reiselivsnæringen.

Figur 2-12 Gjennomsnittlige driftsmarginer i opplevelsesbransjene i reiselivet, samt totalt for reiselivsnæringen inkludert transport og formidling. Vektet gjennomsnitt. Kilde: Menon



For reiselivsnæringen samlet har det vært betydelig variasjon i gjennomsnittlig driftsmargin de senere årene. Dette skyldes i stor grad variasjonen i transportbransjen, som er reiselivsbransjen med høyest omsetning. Her får store, volatile selskaper som Norwegian stor betydning.

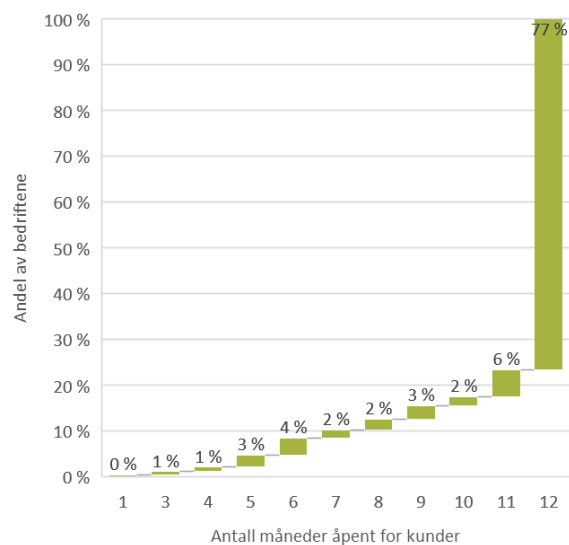
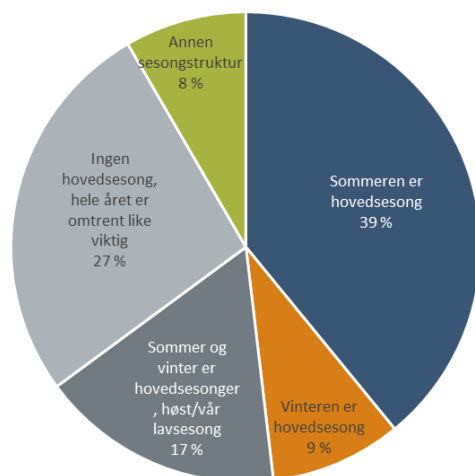
2.3.1. Utfordrende sesongstruktur i reiselivet

En av reiselivsnæringens største utfordringer er ujevn sesongstruktur. I spørreundersøkelsen stilte vi spørsmål om bedriftenes sesongstruktur. Kun 27 prosent av bedriftene svarte at de ikke har noen hovedsesong – at hele året er omtrent like viktig.

39 prosent av bedriftene oppgir at sommer er hovedsesong, 9 prosent at vinter er hovedsesong, mens 17 prosent har en tosesongsprofil - sommer og vinter er hovedsesong. Kun en av fire bedrifter i utvalget har en jevn sesongprofil, det vil si at hele året er like viktig. Blant de gjenværende 8 prosentene som uttrykker at de har en annen sesongprofil, er det flere som skriver at sommer og høst er hovedsesong.

I utgangspunktet skulle man kanskje tenke at det særlig små bedrifter som har ujevn sesongstruktur, mens de store selskapene har diversifisert virksomheten slik at sesongvariasjonene jevner seg ut mellom forretningsområder. Imidlertid utgjør bedriftene som oppgir at de ikke har noen hovedsesong kun 5 prosent av den samlede omsetningen i utvalget. Sagt på en annen måte er bedriftene som ikke har noen klar sesongprofil gjennomgående mindre enn gjennomsnittet.

Figur 2-13 a) Norske reiselivsbedrifters sesongprofil. b) Antall måneder i året reiselivsbedriftene holder åpent for kunder.
 Kilde: Menon spørreundersøkelse september 2018 (n=455)



Til tross for at mange reiselivsbedrifter har store deler av inntektene fra en begrenset sesong, har de aller fleste bedriftene åpent 12 måneder i året. Som Figur 2-13 b) ovenfor viser er det kun 23 prosent av bedriftene som ikke har åpent for kunder hele året. Fra de ansattes perspektiv er dette oppløftende, siden de aller fleste arbeidstakere ønsker helårsjobb. Samtidig illustrerer figurene ovenfor at de aller fleste reiselivsbedrifter har en utfordring med ujevn etterspørsel og trolig periodevis svak eller negativ lønnsomhet.

3. De reisendes forbruk

SSB målte i overkant av 33 millioner kommersielle gjestedøgn i Norge i 2017. I tillegg bruker mange tilreisende andre overnattingsmåter. Privat utleie gjennom Airbnb og hytteformidlere beregnes til å omfatte ca. 5 millioner gjestedøgn i 2017. Kapasiteten innenfor Airbnb har vokst kraftig de siste årene og utgjør nå nærmere 50 prosent av hotellkapasiteten i Norge. Vi beregner at gjestene ved kommersielle overnattingssteder, samt de ikke-kommersielle som vi har data på, til sammen hadde et forbruk på 41 milliarder kroner i forbindelse med deres opphold i 2017. Utlendinger beregnes å stå for 35 prosent av dette konsumet.

Først viser vi utviklingen i markedene over tid. Deretter beregner vi totalt reiselivsrelatert forbruk i 2017 basert på blant annet turistundersøkelsen til Innovasjon Norge, og beregner hva det innebærer i verdiskaping og avledet sysselsetting.

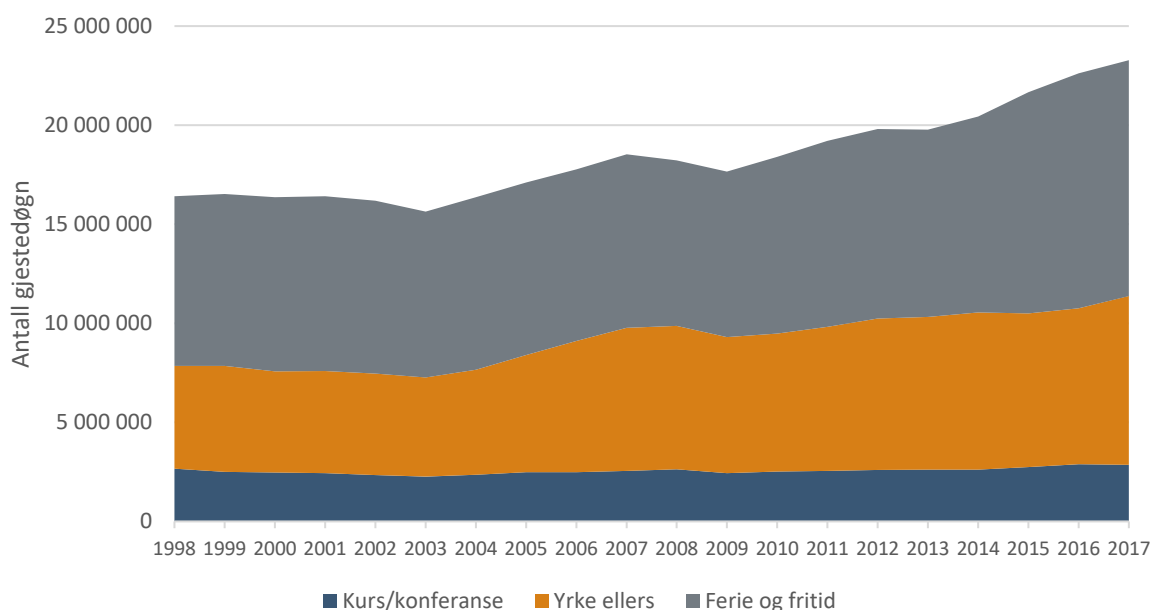
3.1. Markedsutvikling

Her presenterer vi tall for utviklingen i antall tilreisende til Norge, oftest målt i gjestedøgn. Statistikk på antall gjestedøgn ved hoteller, campingplasser, hyttegrender og hytteformidling publiseres av Statistisk sentralbyrå. I tillegg har vi kjøpt statistikk på utleie via Airbnb, og vi presenterer tall for omfang av cruiseturisme.

3.1.1. Positiv utvikling særlig i feriemarkedet på hotell

Hotellmarkedet i Norge har hatt en positiv utvikling de senere år, og i rekordåret 2017 ble det tilbrakt mer enn 23 millioner gjestedøgn ved hotellene. – en vekst på 3 prosent sammenlignet med det forrige rekordåret 2016. Veksten har fortsatt i 2018, og det meste tyder på at rekorden fra 2017 blir slått ved årets slutt. Figur 3-1 viser utviklingen i antall gjestedøgn ved norske hoteller fra 1998 til 2017, fordelt på gjestenes formål med oppholdet.

Figur 3-1 Antall gjestedøgn ved hoteller fordelt på formål, 1998-2017. Kilde: Statistikknett

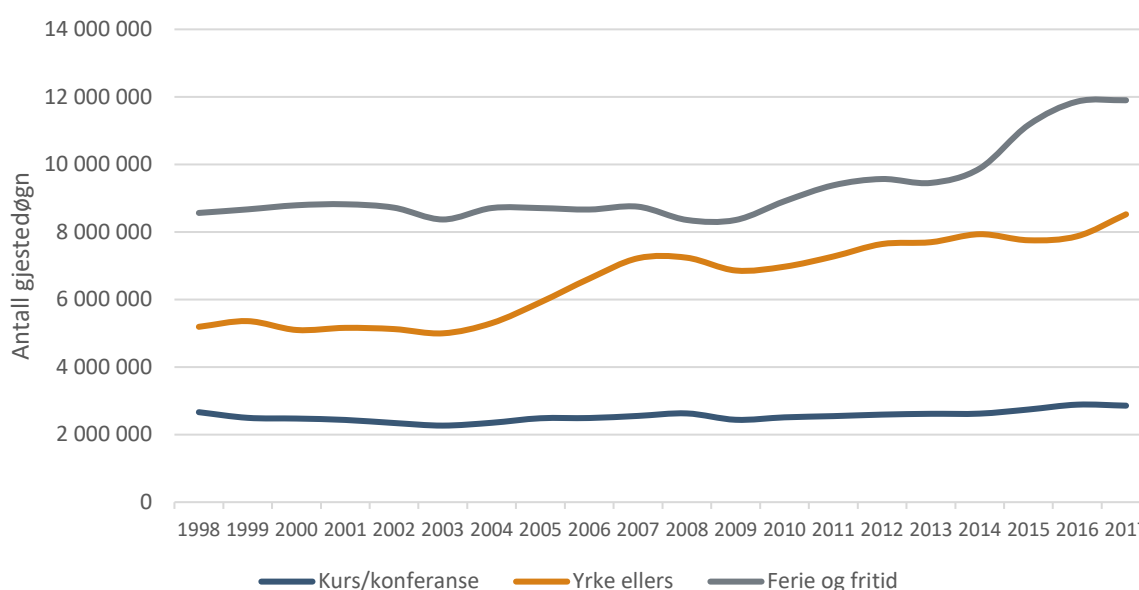


I 2017 ble det tilbrakt 23 millioner gjestedøgn ved hoteller. Vi ser at drøyt halvparten (51 prosent) av gjestedøgnene er knyttet til ferie og fritid. En betydelig andel er også yrkesreiser, med 37 prosent, mens 12 prosent av gjestedøgnene er i forbindelse med kurs/konferanse. Kurs/konferansegjestenes andel av totale gjestedøgn var klart høyere på 1990- og 2000-tallet. Skillet mellom yrkesreisende og kurs/konferanse-reisende er ikke helt klart. En del av registrerte yrkesreisende kan være på kurs og konferanser utenom hotellet man bor på uten at dette registreres av hotellet.

3.1.2. Yrkes- og feriemarkedet er negativt korrelert

Figur 3-2 under viser også utviklingen i antall gjestedøgn ved hotellene fra 1998 til 2017, fordelt på formål.

Figur 3-2 Antall gjestedøgn ved hoteller fordelt på formål, 1998-2017. Kilde: Statistikknett

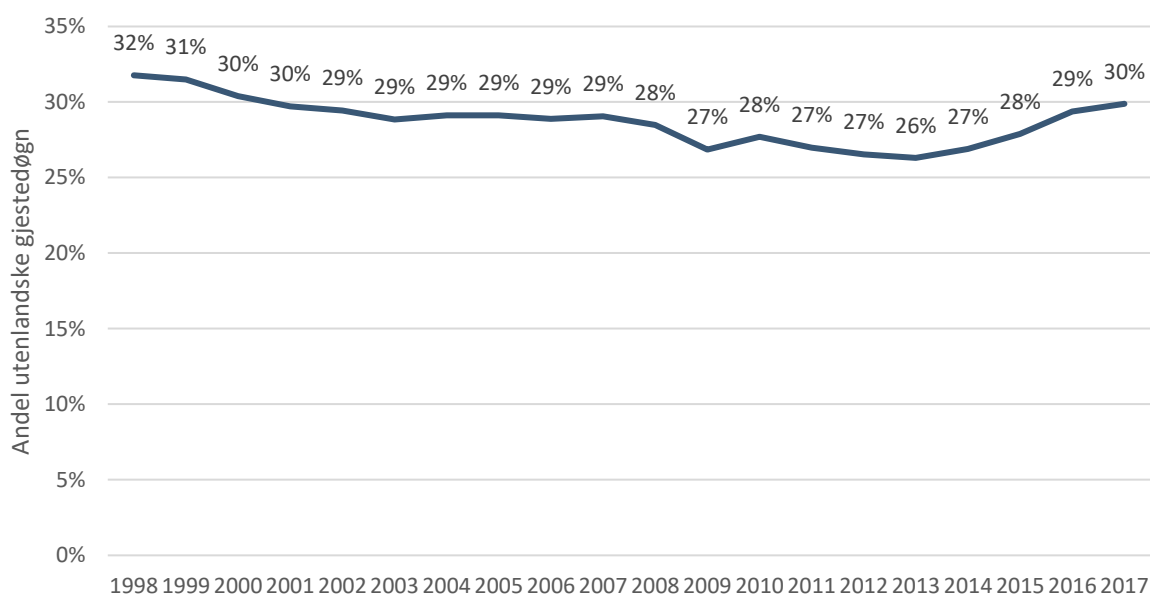


Vi ser at flest gjestedøgn er knyttet til ferie og fritid, med ca. 12 millioner gjestedøgn i 2017. Det var 8,5 millioner gjestedøgn knyttet til yrkesreiser utenom kurs/konferanse, og 2,9 millioner gjestedøgn knyttet til kurs og konferanse. Det kan se ut til at yrke og ferie og fritid er negativt korrelert, det vil si at yrkestrafikken øker når ferietrafikken reduseres og omvendt. Det kan henge sammen med at disse markedene påvirkes motsatt av konjunktorene i Norge og utlandet. Yrkestrafikken er normalt sterkest når det er høykonjunktur i norsk økonomi, noe som gjerne faller sammen med lønns- og prisvekst og en sterk norsk valuta. For reiselivsbedriftene som opererer i feriemarkedet vil sterk norsk valuta og høy lønns- og kostnadsvekst svekke den internasjonale konkurranseevnen.

3.1.3. Stadig flere godt betalende utlendinger på norske overnattingsbedrifter

I overnattingsstatistikken fremgår nasjonaliteten til gjestene. Figur 3-3 under viser andelen utlendinger blant alle gjestedøgnene ved hotell, camping og hyttegrender per år fra 1998 til 2017.

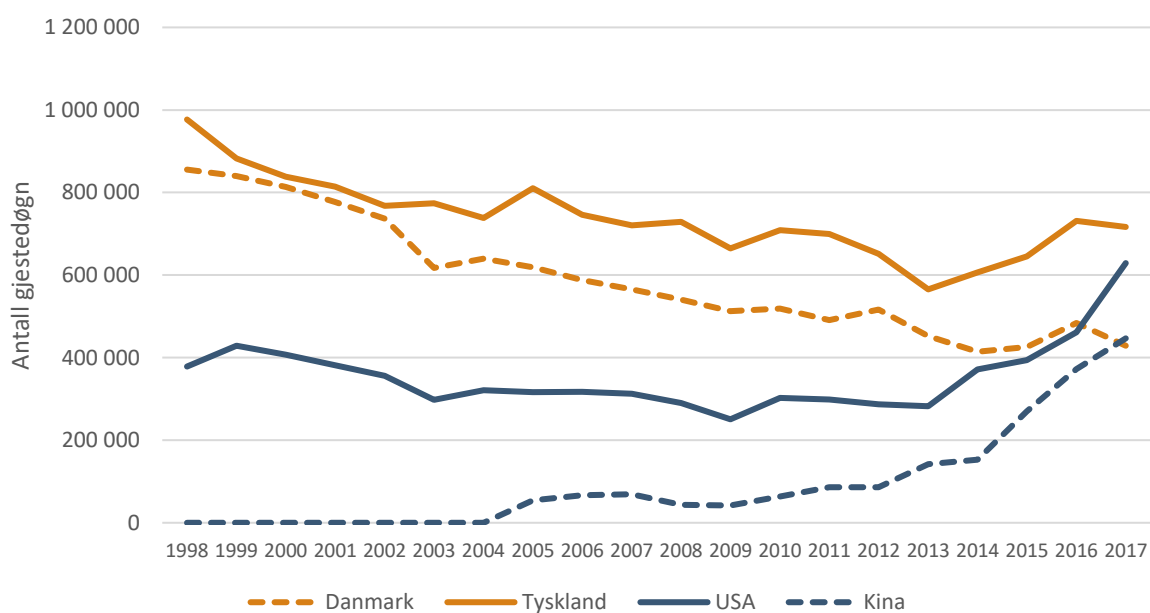
Figur 3-3 Årlig andel utenlandske gjestedøgn ved hotell, camping og hyttegrender. Kilde: Statistikknett



Vi ser at andelen utlendinger var oppe på 32 prosent i 1998, før den falt gradvis fram til 2013, da andelen var 26 prosent. Etter oljeprisfallet i 2014 og den påfølgende svekkelsen av norsk valuta har andelen utlendinger begynt å øke igjen, og i 2017 var andelen utlendinger blant de kommersielle gjestedøgnene oppe på 30 prosent.

I løpet av den samme perioden har det vært store endringer i turistmarkedene, der noen nasjonaliteter har stått for en stor økning, mens andre har stagnert. Figur 3-4 under viser utviklingen i antall hotellgjestedøgn for gjester fra Danmark, Tyskland, USA og Kina. Disse er blant de viktigste markedene i 2017.

Figur 3-4 Årlig antall gjestedøgn ved hoteller for utvalgte markeder. Obs! Data for Kina mangler før 2005. Kilde: Statistikknett

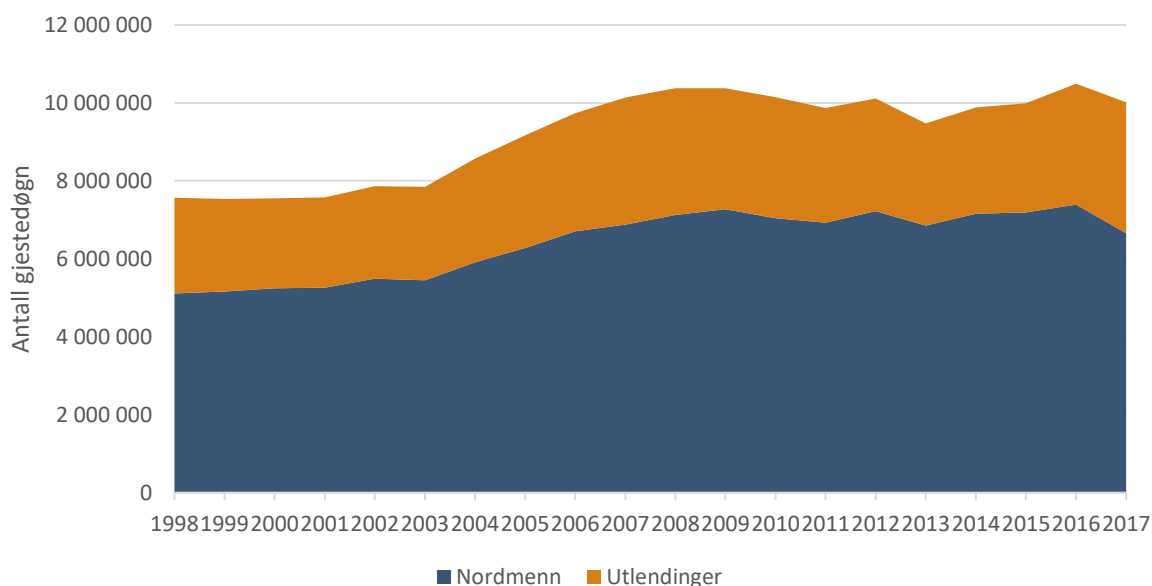


Kina og USA er nå like viktige markeder for hotellene som Tyskland og Danmark – og vesentlig mer lønnsomme. Innovasjon Norges forbruksundersøkelse fra 2016⁵ viser at en gjennomsnittlig amerikaner brukte 3180 kroner per døgn og kinesere, japanere og koreanere brukte 3500 kroner per døgn. Til sammenligning brukte en gjennomsnittlig tysker 1510 kroner per døgn.

3.1.4. Camping og hyttegrend har ikke hatt den samme veksten som hotell

Overnattinger ved campingplasser og hyttegrender rapporteres i samme statistikk. Figur 3-5 viser utviklingen i antall gjestedøgn ved campingplasser og hyttegrender fra 1998 til 2017, fordelt på nordmenn og utlendinger.

Figur 3-5 Antall gjestedøgn ved camping og hyttegrend fordelt på nordmenn og utlendinger, 1998-2017. Kilde: Statistikknett

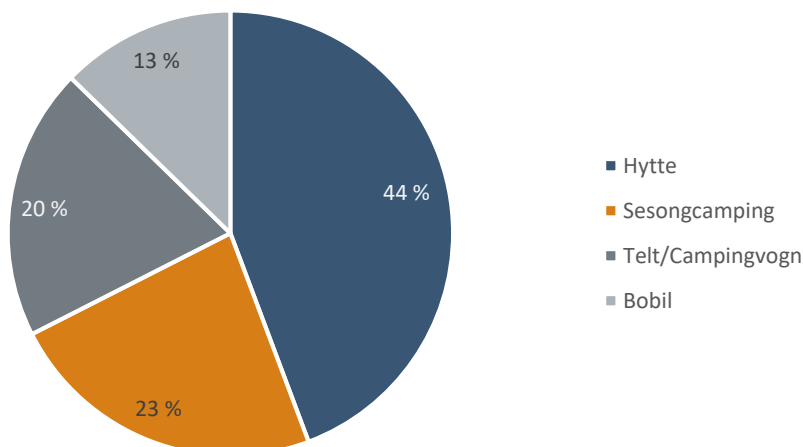


Vi ser at årlig antall gjestedøgn økte fra i underkant av 8 millioner til over 10 millioner i perioden 2003–2008. Ellers har årlig antall gjestedøgn ligget relativt stabilt. Etter å ha økt litt hvert år fra 2013 til 2016, var det en liten reduksjon i antall gjestedøgn fra 2016 til 2017. Nordmenn står for omtrent to tredeler av gjestedøgnene.

Figur 3-6 viser fordelingen på ulike overnattingstyper av gjestedøgnene ved camping og hyttegrender i 2017.

⁵ Kilde: Innovasjon Norge/Epinion: Turistundersøkelsen – oppsummering av sommersesongen 2016, hovedrapport – nøkkeltall.

Figur 3-6 Fordeling på overnattingstyper av gjestedøgnene ved camping og hyttegrender i 2017. Kilde: Statistikknett



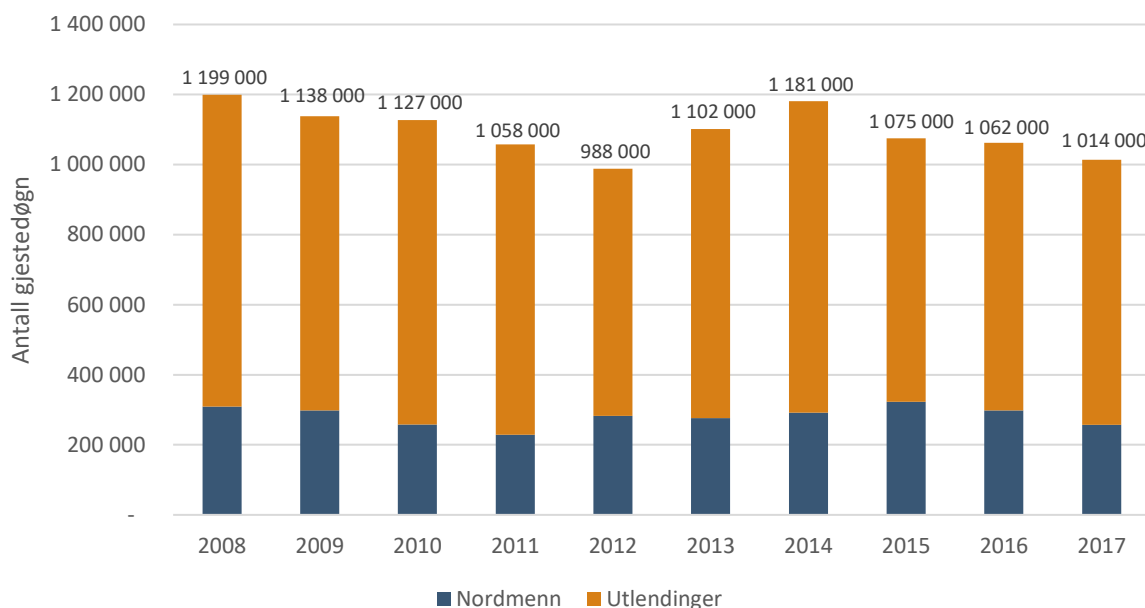
44 prosent av gjestedøgnene var ved hytter. 23 prosent av gjestedøgnene var sesongcamping, det vil si gjester som bor fast ved campingplassene over lengre tid. 20 prosent var telt og campingvogner ved campingplasser, og 13 prosent var overnatting på campingplasser med bobil.

3.1.5. Moderat nedgang i innrapportert hytteformidling

Det finnes en egen statistikk for antall overnattinger i private hytter leid ut gjennom hytteformidlere. Statistikken finnes bare ned til landsdels- og fylkesnivå. Statistikken gir riktignok ikke et komplett bilde av utleie av privateide hytter, siden mange hytter leies ut uten å bruke hytteformidlere som rapporterer inn til Statistisk sentralbyrå.

Figur 3-7 viser årlig antall gjestedøgn ved private hytter leid ut gjennom hytteformidlere i perioden 2008–2017, fordelt på nordmenn og utlendinger.

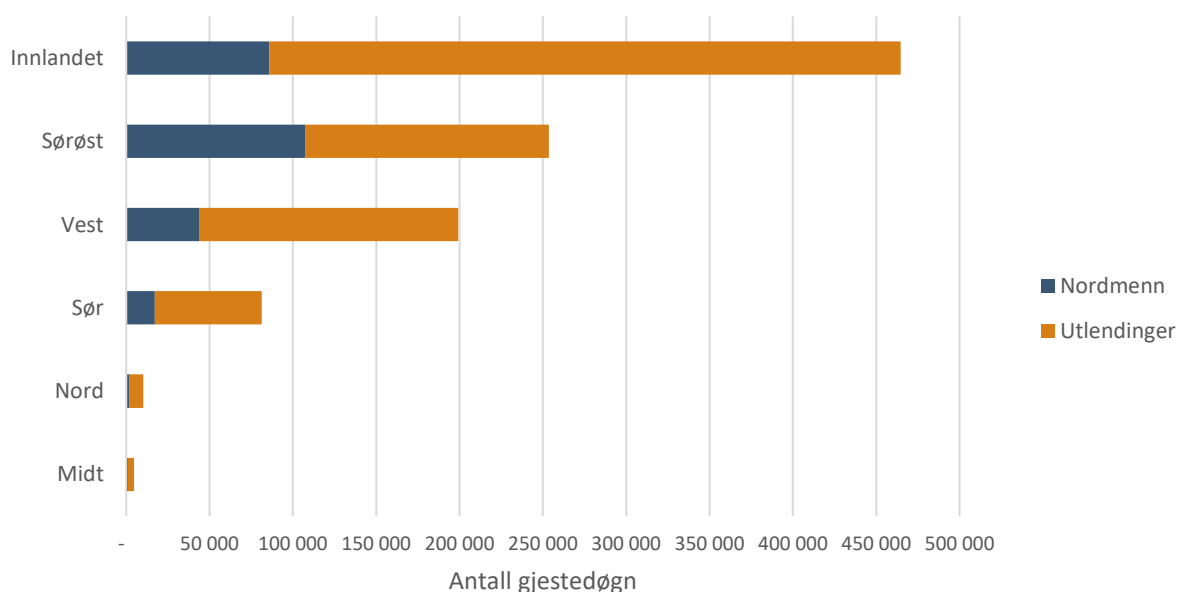
Figur 3-7 Antall gjestedøgn ved private hytter leid ut gjennom hytteformidlere i perioden 2008–2017. Kilde: Statistikknett



Som vist i Figur 3-7, har det vært en moderat nedgang i disse gjestedøgnene i perioden 2008–2017. Først hadde man noe reduksjon hvert år fram til 2012, før antall gjestedøgn per år økte til og med 2014. I årene etter 2014 har man også sett en reduksjon hvert år. Andelen utlendinger har holdt seg noenlunde stabil.

Det er stor geografisk variasjon i omfanget av hytteutleie gjennom hytteformidlere. Figur 3-8 under viser antall gjestedøgn per region i 2017, fordelt på nordmenn og utlendinger.

Figur 3-8 Antall gjestedøgn ved private hytter leid ut gjennom hytteformidlere, fordelt på regioner i 2017.

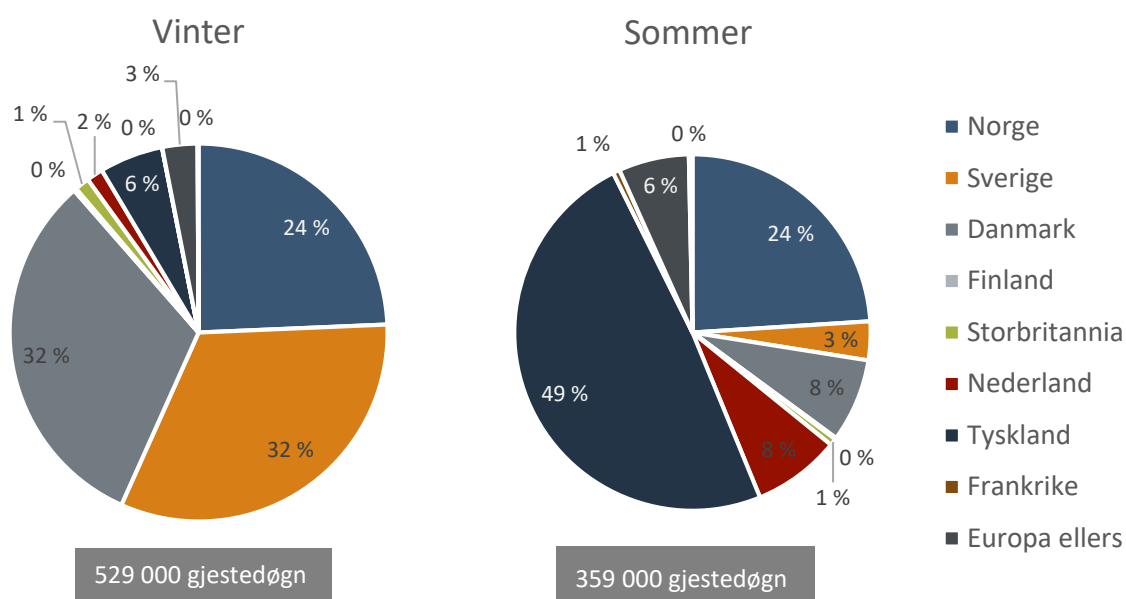


Vi ser at Innlandet har klart flest gjestedøgn ved private hytter utleid gjennom hytteformidlere, med drøyt 460 000 gjestedøgn i 2017. Region sørøst har nest flest, med i overkant av 250 000 gjestedøgn. Her var det flere

nordmenn blant gjestene enn i Innlandet. Vestlandet hadde rundt 200 000 gjestedøgn, og Sørlandet omtrent 80 000. Nord-Norge og Trøndelag hadde svært få gjestedøgn ved private hytter utleid gjennom hytteformidlere i 2017, mens det ikke ble rapportert noen i Oslo.

Det er betydelig sesongvariasjon i hytteutleie. I motsetning til for hotell og camping/hyttetrend, er det flere utleiegjestedøgn om vinteren enn om sommeren. Ulike nasjonaliteter tiltrekkes på ulike tider av året. Figur 3-9 viser fordelingen av nasjonaliteter for henholdsvis vinter- og sommersesongen i 2017, sammen med totalt antall gjestedøgn.

Figur 3-9 Fordeling på nasjonalitet av gjestedøgnene ved private hytter leid ut gjennom hytteformidlere i 2017, fordelt på vinter- og sommersesong.⁶



Vinteren 2017 sto nordmenn, svensker og dansker for hele 88 prosent av gjestedøgnene, og svenske og danske tilreisende sto for 32 prosent hver. Tilreisende fra Tyskland hadde 6 prosent av gjestedøgnene i vintersesongen. Om sommeren var det derimot klart flest tyske gjestedøgn, med hele 49 prosent. Sommeren 2017 sto nordmenn for 24 prosent av gjestedøgnene, mens dansker og nederlendere sto for 8 prosent hver.

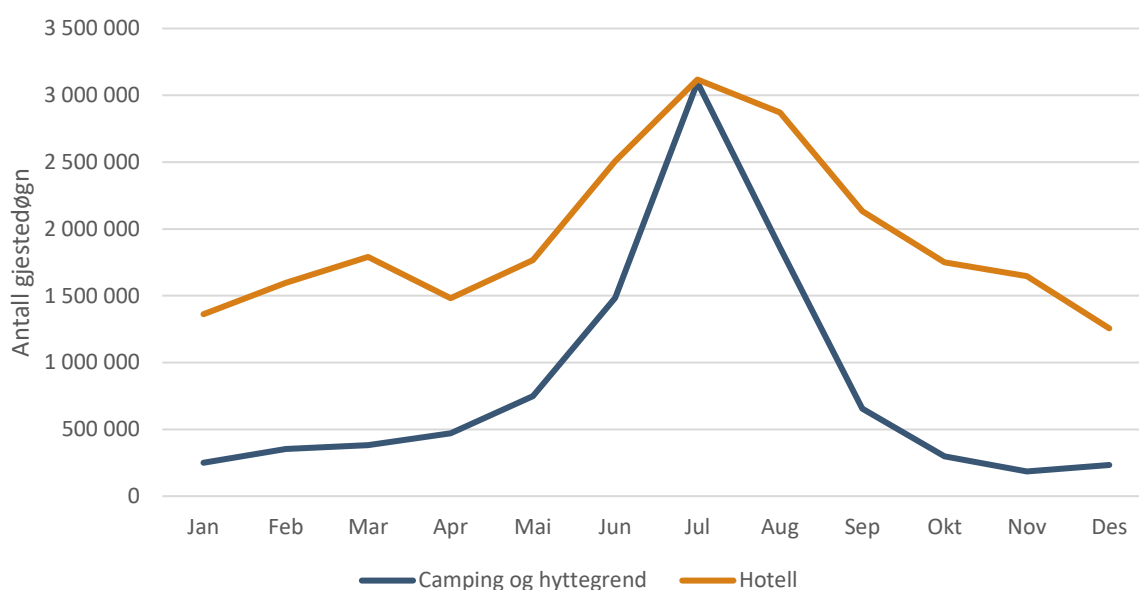
Vi ser også at det i løpet av de fire vintermånedene januar til april var 170 000 flere gjestedøgn enn i løpet av de fem sommermånedene mai til september.

3.1.6. Store sesongvariasjoner innen kommersiell overnatting

Det er stor variasjon i antall gjestedøgn per måned ved kommersielle overnattingssteder. I 2017 var 67 prosent av gjestedøgnene i sommersesongen mai til og med oktober. Figur 3-10 viser antall gjestedøgn per måned i 2017 ved campingplasser og hyttegrender og hoteller.

⁶ Her har Statistikknett definert vintersesongen som januar–april, og sommersesongen som mai–september. Siden tre måneder mangler, er ikke summen av disse sesongene lik summen av året.

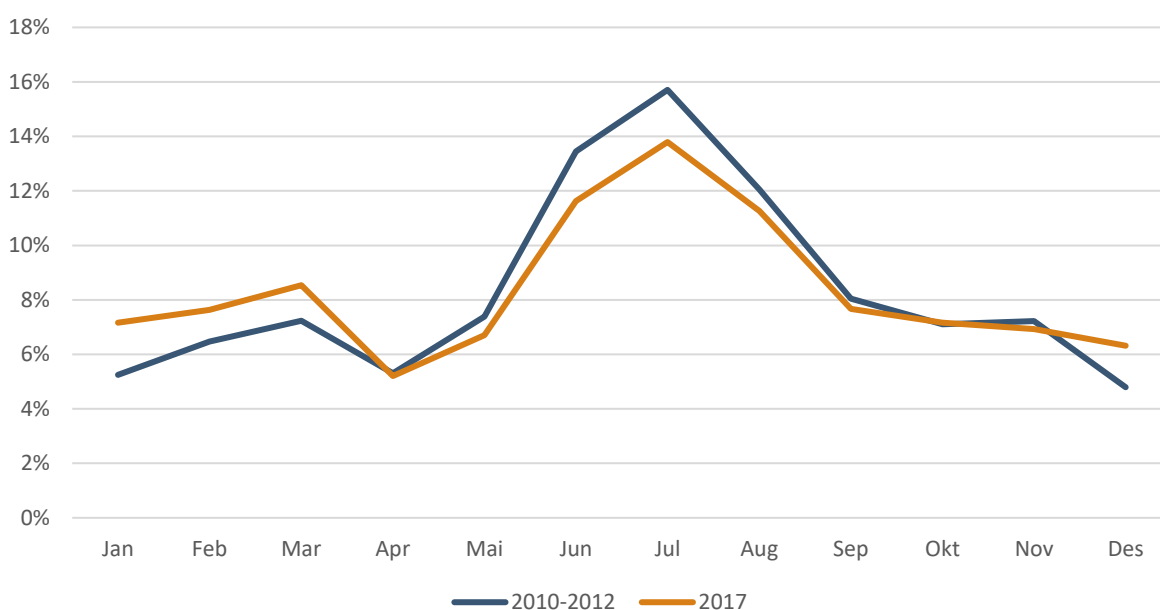
Figur 3-10 Antall gjestedøgn per måned i 2017 for henholdsvis camping og hyttegrend og hotell. Kilde: Statistikknett



Begge disse statistikkene har topp i juli, med drøyt 3 millioner gjestedøgn hver. Camping og hyttegrend har større differanse mellom topp- og bunnmånedene enn hotell.

Mange aktører i reiselivet ønsker å utvide sesongene og utnytte ledig kapasitet utenfor høysesongen. I Nord-Norge har vinterturismen økt de senere år, blant annet som følge av at man har utviklet nye reiselivsprodukter som nordlysturisme. Figur 3-11 viser prosentvis fordeling på måneder av den kommersielle overnattingen i Nord-Norge i 2010-2012 og i 2017.

Figur 3-11 Prosentvis fordeling på måneder av den kommersielle overnattingen i Nord-Norge i 2010-2012 og i 2017. Kilde: Statistikknett

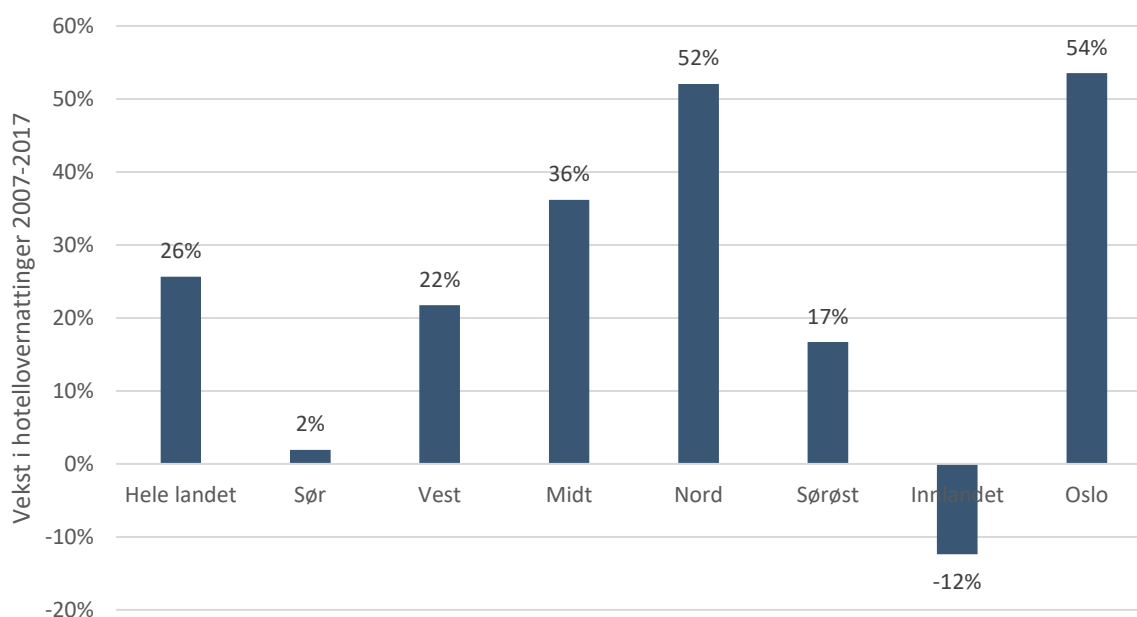


Vi ser at andelen av overnattingene som foregår i perioden desember til mars har økt, mens andelen overnattinger i perioden mai-september har blitt redusert. I Nord-Norge er fortsatt 66 prosent av overnattingene i sommersesongen (mai-oktober).

3.1.7. Geografisk variasjon i veksten i kommersiell overnatting

Veksten som har vært i hotellovernattinger de senere år er ujevnt fordelt mellom regioner. Figur 3-12 viser vekst i antall gjestedøgn ved hotell i tiårsperioden fra 2007 til 2017 for hele landet og for hver region.

Figur 3-12 Vekst i antall gjestedøgn ved hoteller mellom 2007 og 2017 fordelt på regioner. Kilde: Statistikknett



Vi ser at for hele landet sett under ett, har det vært en vekst i antall gjestedøgn ved hoteller på 26 prosent. Oslo har hatt den høyeste veksten, med 54 prosent økning, fulgt av region nord med 52 prosent. Region Midt har også hatt bra vekst, med 36 prosent økning. I motsatt ende av skalaen hadde Innlandet 12 prosent færre gjestedøgn i 2017 enn i 2007, og region sør har hatt en marginal økning på 2 prosent.

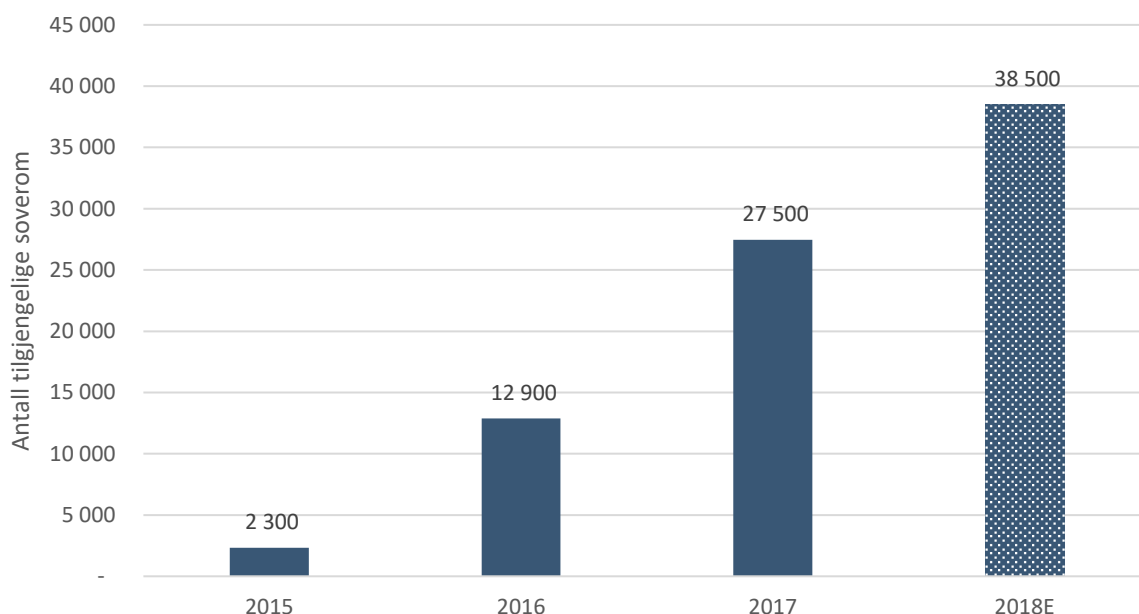
3.1.8. Airbnb vokser år for år

Airbnb er en markeds plass og plattform der folk leier ut sitt eget hjem for overnatting. Utleieinntekter fra egen bolig har inntil nylig vært skattefrie hvis eieren bruker minst halvparten av boligen til eget bruk regnet etter utleieverdien, eller når hele eller en større del av boligen leies ut for inntil 20 000 kroner i inntektsåret. Dette ble skjerpet fra 2018 ved at man for korte leieforhold regner 85 prosent av inntekten som overstiger 10 000 kroner som skattepliktig inntekt.

Utleie av gjestedøgn via Airbnb og andre formidlere av overnatting hjemme hos privatpersoner vokser stadig i omfang. Sammenliknet med tradisjonell overnatting, er det ingen eller svært få ansatte tilknyttet Airbnb-enheter, man har betalt mindre skatt, og det er ingen tilsyn eller rapportering. Airbnb gir derimot inntektsmuligheter for privatpersoner, uten at man trenger å opprette noen virksomhet. Det finnes ingen offisiell statistikk som dekker disse gjestedøgnene, men vi har kjøpt data for overnattinger ved Airbnb fra selskapet Airdna.

Figur 3-13 under viser utviklingen i totalkapasitet ved Airbnb-enheter for en gjennomsnittsdag per år, målt som antall enheter multiplisert med andel tilgjengelige døgn multiplisert med antall soverom.

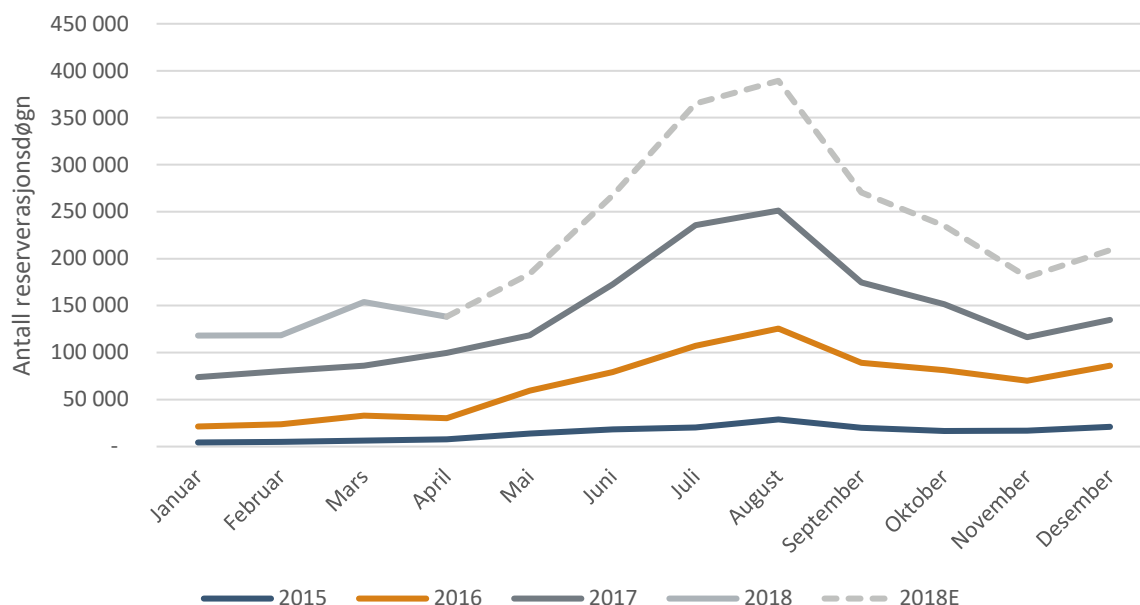
Figur 3-13 Kapasitet målt som antall tilgjengelige enheter multiplisert med antall soverom 2015-2017. Menons prognose for 2018. Kilde: Airdna



Vi ser at kapasiteten har vokst mye hvert år, og var på 27 500 rom i gjennomsnitt i 2017. Basert på utviklingen til og med april 2018, beregner vi at i gjennomsnitt 38 500 soverom vil være tilgjengelige en gjennomsnittsdag i 2018. Til sammenlikning, var det i 2017 i gjennomsnitt 76 000 tilgjengelige hotellrom i Norge. Kapasiteten ved Airbnb nærmer seg dermed å være omtrent halvparten så stor som kapasiteten ved hotellene, gitt at antall senger per rom er omtrent likt for hoteller og Airbnb. Forholdet mellom antall hotellrom og Airbnb-leiligheter vil variere med sentralitet; Airbnb-leiligheter er først og fremst et storbyfenomen, og utfordringen for er slik sett sterkes for hotellbransjen i disse byene.

Figur 3-14 under viser antall reserverte overnattingsdøgn ved Airbnb i Norge per måned i perioden fra januar 2015 til april 2018, og prognose for resten av 2018. Her telles hver utleieenhet (leilighet) hvert døgn den er utleid.

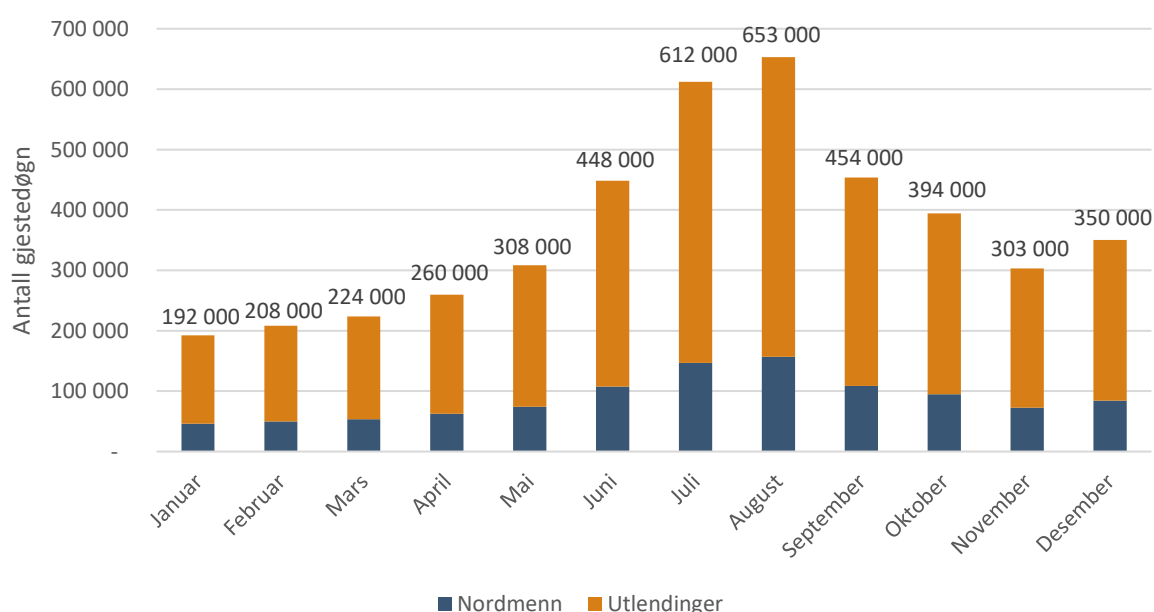
Figur 3-14 Antall reservasjonsdøgn ved Airbnb i Norge per måned i perioden 2015–2018. Menons prognose for mai–desember 2018. Kilde: Airdna



Vi ser av Figur 3-14 at antall reservasjonsdøgn har økt hvert år siden 2015. Det er en topp i august hvert år, og det er mer utleie i sommerhalvåret enn i vinterhalvåret. Det ser generelt ut til å være noe bedre besøk i desember enn i november og januar.

I følge 2017-tall fra Airbnb for Norge, var det i gjennomsnitt 2,6 gjester per reservasjon, og 76 prosent av gjestene var utlendinger (Airbnb 2017). Dette har vi brukt, sammen med dataene fra Airdna, til å beregne antall gjestedøgn fordelt på nordmenn og utlendinger, som vist i Figur 3-15 under.

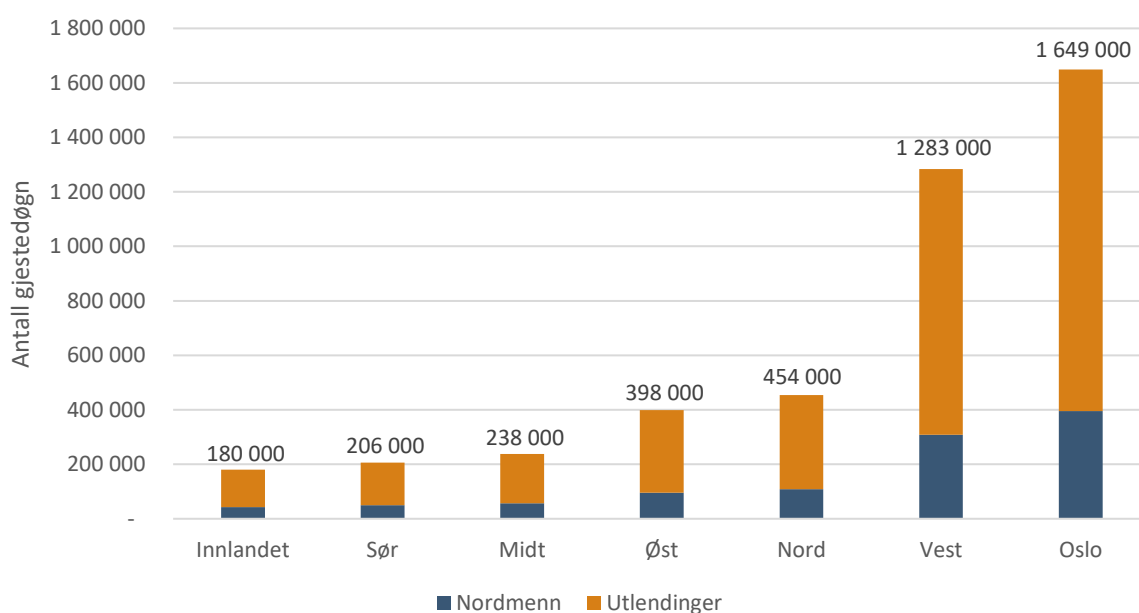
Figur 3-15 Beregnet antall gjestedøgn ved Airbnb per måned i 2017, fordelt på nordmenn og utlendinger. Kilde: Airdna og Airbnb



Til sammen beregner vi at det ble tilbrakt i overkant av 4 millioner gjestedøgn ved Airbnb-enheter i Norge i 2017. Flest gjestedøgn hadde man i sommersesongen mellom juni og september, med mellom ca. 450 000 og 650 000 gjestedøgn per måned. Januar og februar var de to månedene med minst besøk, med rundt 200 000 gjestedøgn per måned.

Det er stor variasjon mellom regionene i antall Airbnb-enheter og gjestedøgn. Figur 3-16 under viser beregnede gjestedøgn per region i 2017, fordelt på nordmenn og utlendinger.

Figur 3-16 Beregnet antall gjestedøgn ved Airbnb per region i 2017, fordelt på nordmenn og utlendinger. Kilde: Airdna og Airbnb



Oslo hadde flest gjestedøgn, med drøyt 1,6 millioner. Region Vest hadde i underkant av 1,3 millioner gjestedøgn. Innlandet, som vi har sett hadde mest hytteformidling, hadde færrest Airbnb-gjestedøgn av regionene i 2017.

3.1.9. Cruiseturismen øker

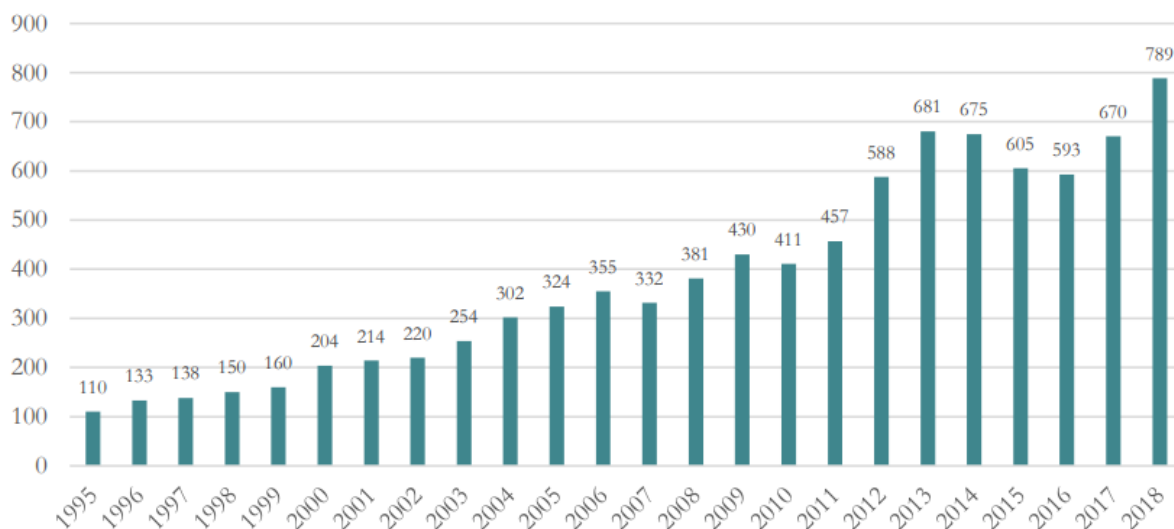
Cruisehavnene med flest anløp og passasjerer i Norge i 2017 var Bergen, Geiranger og Stavanger. Tabell 3-1 under viser antall cruisepassasjerer per region i 2017.

Tabell 3-1 Antall cruiseturister i anløp per region i 2017. Kilde: Cruise Norway

Region	PAX
Vest	2 213 051
Nord	378 223
Oslo	198 000
Sør	117 443
Midt	93 326
Sørøst	1 464
Totalt	3 001 507

Klart flest cruiseturister besøker Vestlandet, inkludert de populære fjordene Geirangerfjorden, Sognefjorden, Nordfjord og Hardangerfjorden. Også Nord-Norge og Oslo er godt besøkt.

Figur 3-17 Beregnet antall cruiseturister til Norge 1995-2018. 1000 turister. Kilde: Transportøkonomisk institutt (2018).



Differansen mellom tallene fra Cruise Norway og TØI skyldes at Cruise Norway teller antall passasjerer per anløp, mens TØI teller antall personer som drar på cruise til Norge. Et cruise skal ha minimum tre ulike anløpssteder.

3.2. Beregninger av tilreisendes forbruk

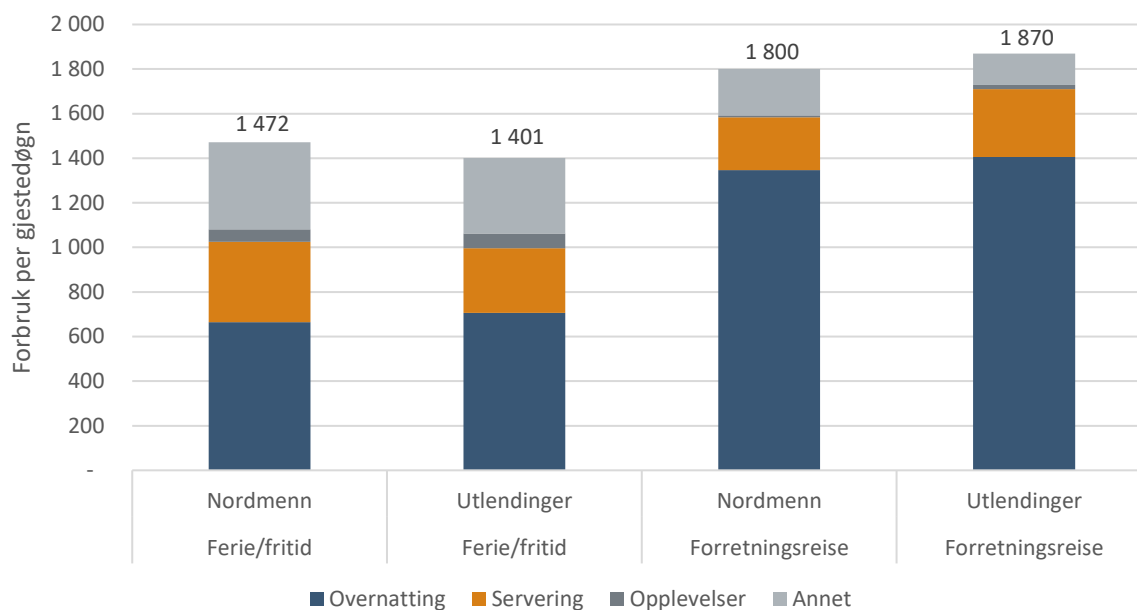
I beregningene av forbruk ved kommersielle overnattingssteder benytter vi rådata fra Innovasjon Norges Turistundersøkelse. Turistundersøkelsen er en landsdekkende undersøkelse som Statistisk sentralbyrå gjennomfører på oppdrag fra Innovasjon Norge. Vi benytter data for perioden 2013–2017. Undersøkelsen baserer seg på intervjuer av norske og utenlandske ferie- og fritidsgjester, samt forretningsreisende ved kommersielle overnattingssteder. Overordnet ønsker man å dokumentere betydningen av reiselivsnæringen for norsk økonomi. Forbrukstillene går inn i Satellittregnskapet for turisme, som er en del av Nasjonalregnskapet til SSB.

Gjennom Turistundersøkelsen kartlegges blant annet turistens formål med reisen, reisemønstre, reisefølge, bestillingstidspunkt, samt gjennomførte og ønskede aktiviteter og opplevelser, ned på regionalt nivå. I 2016 ble 10 700 ferie- og forretningsreisende intervjuet ved norske overnattingssteder, men undersøkelsen er senere blitt utvidet til cirka 15 000 intervjuobjekter.

3.2.1. Døgnforbruk

Gjennomsnittlig døgnforbruk varierer mellom nasjonaliteter og hvor de reiser i Norge. Figur 3-18 viser gjennomsnitt for kommersielle overnattingsgjester fra Turistundersøkelsen (i all hovedsak hotellgjester) på ulike forbrukskategorier for nordmenn og utlendinger, og ferie- og forretningsreisende.

Figur 3-18 Gjennomsnittlig døgnforbruk for kommersielle overnattingsgjester i Norge, fordelt på forbrukskategorier, nordmenn og utlendinger og formål med reisen. Kilde: Innovasjon Norge, Turistundersøkelsen, bearbeidet av Menon



Vi ser det er veldig liten forskjell på nordmenns og utlendinger som gruppe sitt forbruk i gjennomsnitt, forskjellene er i størst knyttet til reisemål. Utlendinger på forretningsreise beregnes å ha høyest forbruk per gjestedøgn, fulgt av nordmenn på forretningsreise, nordmenn på ferie- og fritidsreise og utlendinger på ferie- og fritidsreise. Døgnforbruket for disse ulike gruppene ligger i spennet fra 1400 til 1800 kroner.

Tabell 3-2 under viser anslag på forbruk per gjestedøgn for de tilreisende som ikke overnatter på hotell. Disse bruker mindre penger per gjestedøgn enn gjester ved hotell.

Tabell 3-2 Anslag på forbruk per gjestedøgn eller cruiseanløp for de ulike overnattingsformene, i kroner. Kilde: Innovasjon Norge Turistundersøkelsen, Airdna og Menons egne estimater

Overnattingsform	Overnatting	Servering	Opplevelser
Cruise ⁷	0	103	410
Camping og hyttegrend, nordmenn	199	127	65
Camping og hyttegrend, utlendinger	192	121	63
Airbnb og hytteformidling, nordmenn	339	200	56
Airbnb og hytteformidling, utlendinger	339	180	67

Cruiseturister bruker mest på opplevelser, og mye mer enn de andre gruppene. Gjester ved camping og hyttegrender, Airbnb og hytteformidling anslås å bruke mest på overnatting, fulgt av servering og opplevelser.

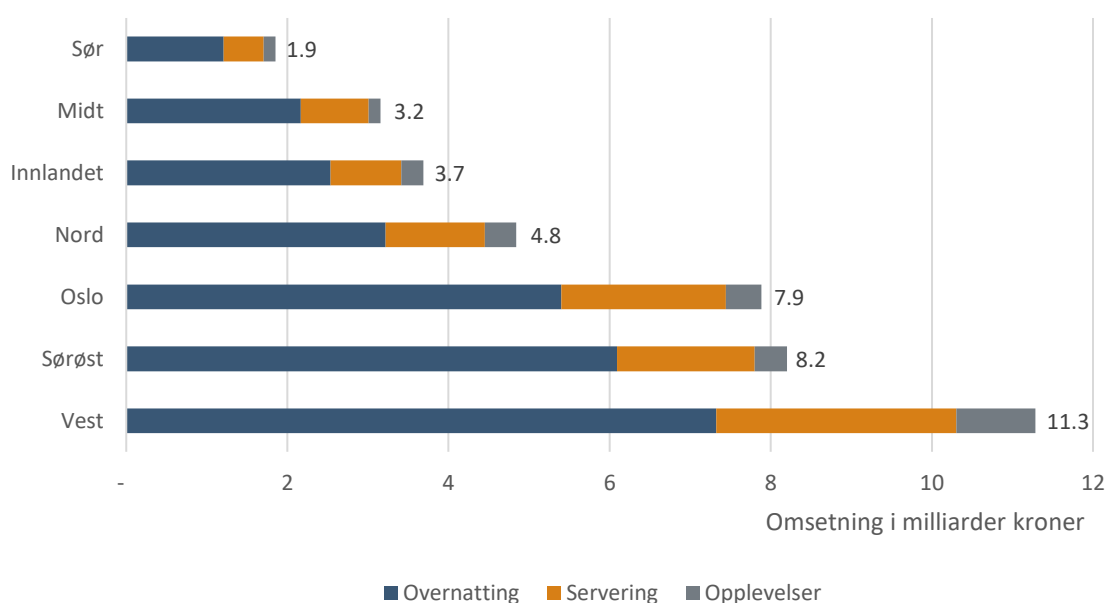
⁷ Disse tallene baserer seg på cruiseundersøkelsen til Innovasjon Norge fra 2014. I en helt ny forbruksundersøkelse av cruiseturister som har vært innom Bergen, utført av Menon Economics på oppdrag fra Maritime Bergen og Bergen Næringsråd, beregnes lavere gjennomsnittlig forbruk per anløp i Norge. Vi antar dermed at forbruket til cruiseturistene kan være noe overvurdert i denne analysen.

3.2.2. Totalt forbruk

Vi har beregnet tilreisendes forbruk rettet mot innholdsbransjene i 2017, det vil si overnatting, servering og opplevelser. Vi beregner at de tilreisende ved hoteller, campingplasser og hyttegrender, Airbnb og hytteformidling til sammen hadde et forbruk på 41 milliarder kroner brukt på overnatting, servering og opplevelser i 2017. Dette tilsvarer 42 prosent av den totale omsetningen i disse bransjene i 2017. Tilreisende bruker også en del penger på andre varer og tjenester, som varehandel. Dette forbruket er ikke inkludert her.

Samlet omsetning i innholdsbransjene fra tilreisende beregnet ut fra regional gjestedøgnstatistikk og regionale forbrukstall vises i Figur 3-19 under.

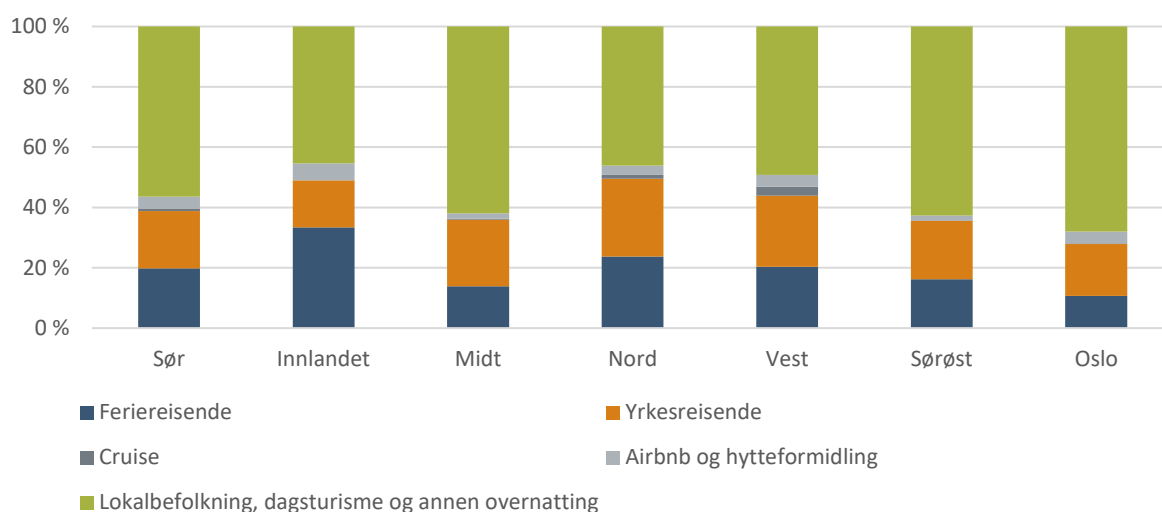
Figur 3-19 Samlet omsetning i innholdsbransjene fra tilreisende beregnet ut fra regional gjestedøgnstatistikk og regionale forbrukstall. Kilde: Menon



Som vi ser, har region vest høyest beregnet omsetning i innholdsbransjene fra de tilreisende vi har gjestedøgnstall for, med 11,3 milliarder kroner i beregnet omsetning. Region Sørøst og Oslo ligger på plass to og tre, med 8,2 og 7,9 milliarder kroner.

Beregnet fordeling på ulike markeder av den totale omsetningen i innholdsbransjene er vist i Figur 3-20 under.

Figur 3-20 Fordeling av omsetningen i innholdsbransjene på markeder i 2017. Kilde: Menon

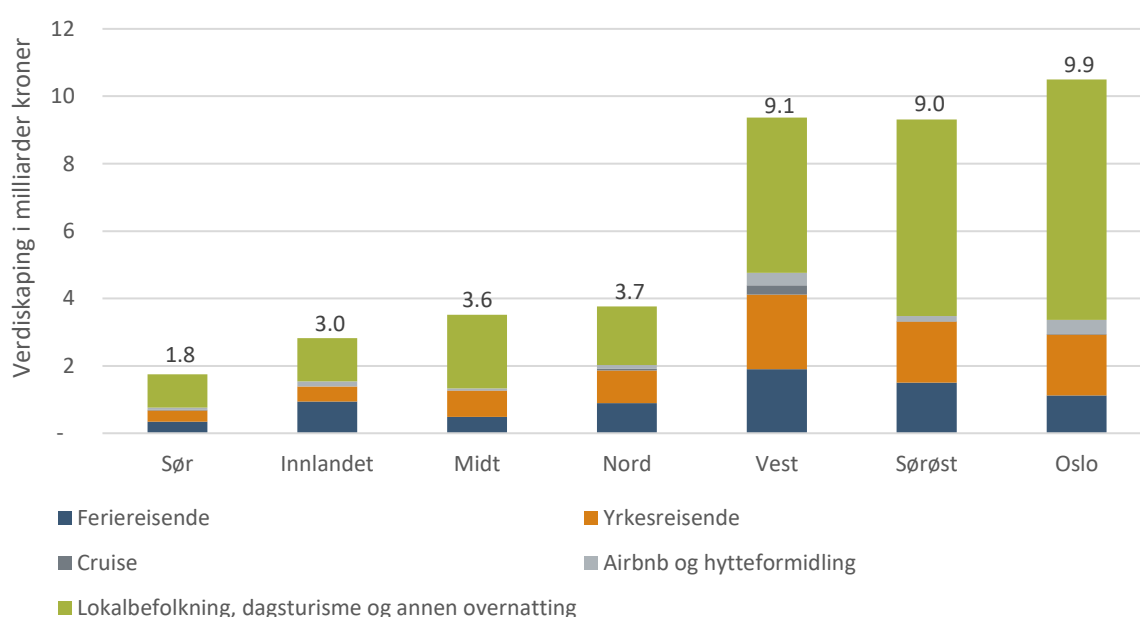


Det grønne feltet i figuren er den andelen av den regnskapsmessige omsetningen som går utover forbruket til de gruppene vi har gjestedøgnstatistikk for. Dette vil da være omsetning fra kunder som ikke er reisende, det vil si lokalbefolkningen, og tilreisende som ikke fanges opp av statistikkene. Dette kan være dagsturister, folk som overnatter hos familie og venner, privat ikke-rapportert utleie med videre.

Vi ser at i regionene Innlandet, nord og vest står tilreisende for mer enn 50 prosent av omsetningen i innholdsbransjene. Denne andelen er lavest i Oslo, fulgt av regionene sørøst og midt.

Vi beregner hva den reiselivsrelaterte omsetningen tilsvarer målt som verdiskaping og antall sysselsatte ved hjelp av forholdstall mellom disse størrelsene for de berørte næringene. Figur 3-21 viser verdiskapingen i innholdsbransjene regionvis og fordelt på de ulike markedene.

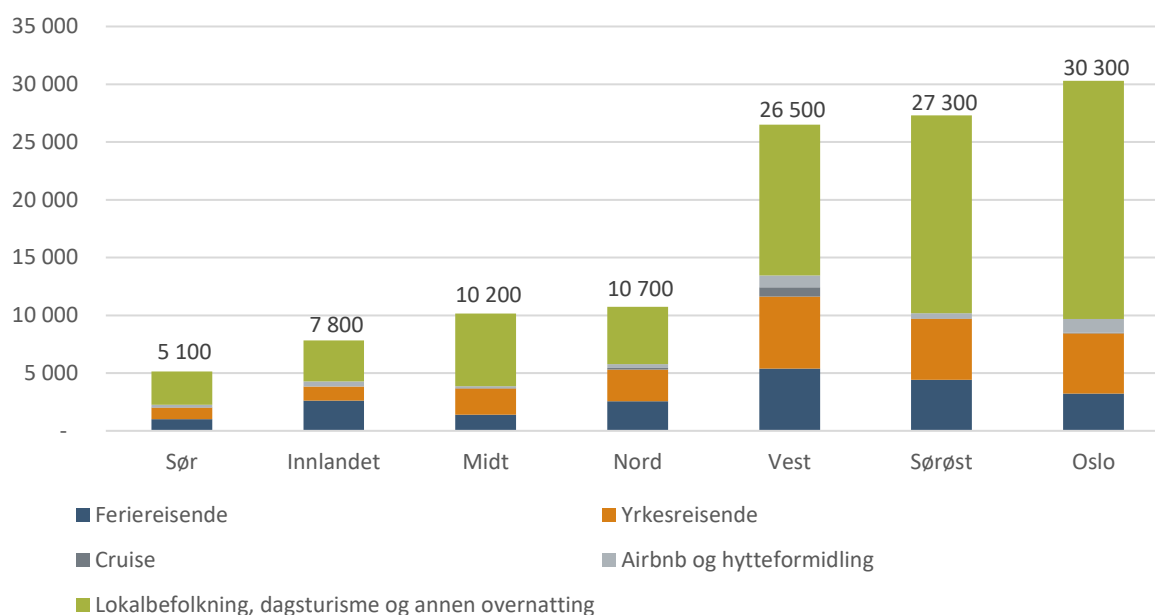
Figur 3-21 Verdiskaping i opplevelsesbransjene, og beregnet fordeling på markeder i 2017. Kilde: Menon



Som figuren viser, og som vi også har sett i kapittel 2, har Oslo høyest verdiskaping i reiselivsbransjene av regionene. Men i og rundt Oslo er det mange lokale innbyggere som benytter seg av disse tjenestene, og turistandelen er relativt lav. Vestlandet har det høyeste beregnede forbruket fra tilreisende. Sørøst har også høyt reiselivsforbruk. I region Innlandet beregnes tilreisende å stå for 55 prosent av omsetningen i innholdsbransjene, og i region nord er andelen 54 prosent. Disse regionene har også relativt færre innbyggere i forhold til antall tilreisende enn de andre regionene. I tillegg er det i Nord-Norge at turister har høyest døgnforbruk.

Figur 3-22 viser resultat av beregninger av hva den reiselivsrelaterte omsetningen tilsvarer i sysselsetting, gitt gjennomsnittstall for omsetning per sysselsatte.

Figur 3-22 Antall sysselsatte i innholdsbransjene, og beregnet fordeling på markeder i 2017



Vi beregner at av Oslos drøyt 30 000 arbeidsplasser innen overnatting, servering og opplevelser, «finansieres» ca. 10 000 av dem av tilreisende som fanges opp av statistikk. Om lag 2 av 3 arbeidsplasser finansieres dermed av lokalbefolkningen og tilreisende vi ikke har statistikk på. I sørøst er det omtrent like mange arbeidsplasser utledet av tilreisendes forbruk, men 3 000 færre arbeidsplasser totalt. For region vest beregner vi at ca. 13 000 av de 26 500 arbeidsplassene kan utledes av tilreisende i statistikkens forbruk. For region nord og Innlandet beregner vi at tilreisende bidrar til mer enn halvparten av sysselsettingen.

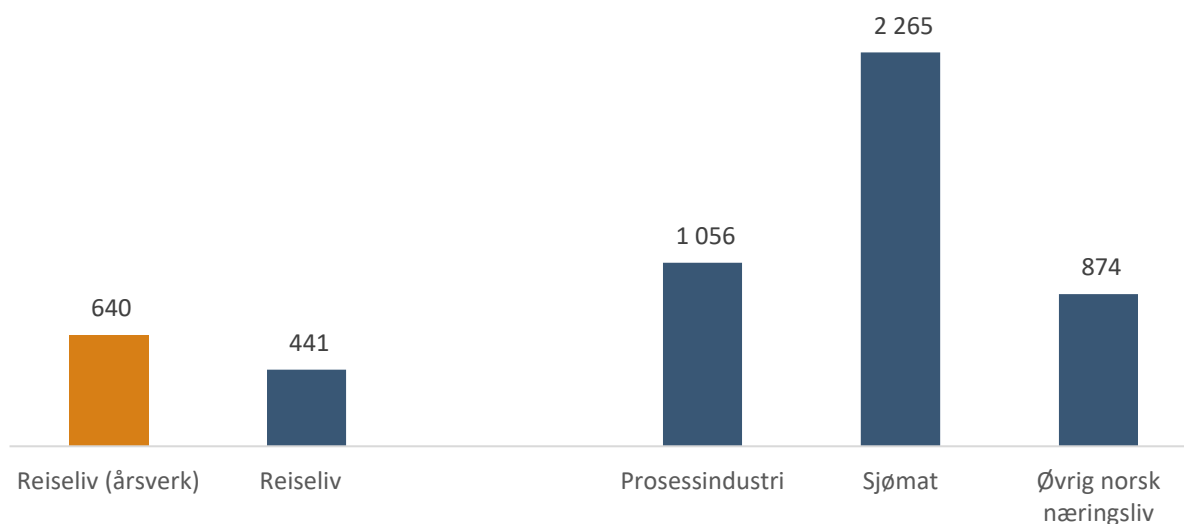
4. Næringens betydning for norske kommuner

Reiselivsnæringen er viktig for norske kommuner. Det er flere grunner til dette: Næringen er arbeidsintensiv, spredt relativt jevnt over hele landet, sysselsetter svært mange unge og har en høy andel ansatte med minoritetsbakgrunn. Det medfører at reiseliv er en viktig kilde til kommunale skatteinntekter og samtidig kan bidra til å redusere kommunale utgifter. Våre beregninger viser at de ansatte i reiselivsnæringen bidro med nesten 4,5 milliarder kroner i skatteinntekter til kommunene i 2017. Dette kommer i tillegg til mer enn 15 milliarder kroner i skatteinntekter til staten og fylkeskommunene.

4.1. Produktivitetsparadokset

Reiselivsnæringens produktivitet – målt som verdiskaping per ansatt – er betydelig lavere enn gjennomsnittet i norsk næringsliv. Sammenligner vi med prosessindustrien og sjømatnæringen i Norge er forskjellen i produktivitet enda høyere, se Figur 4-1 under. I 2017 sto hver ansatt i sjømatnæringen bak en verdiskaping på 2,2 millioner kroner, mens hver ansatt i reiselivsnæringen kun sto bak en verdiskaping på 0,45 millioner. En av årsakene til den store forskjellen er at reiselivet har en svært høy andel sesong- og deltidsansatte. Verdiskapingen per årsverk er derfor betydelig høyere, 640 000 kroner. Det er også et viktig poeng at produktiviteten i norsk reiselivsnæringen er langt høyere enn i de fleste europeiske land. I rapporten «Produktivitet i norsk reiseliv – interne og eksterne stordriftsfordeler» (Menon 2015b) viste vi at norske overnattings- og serveringsbedrifter hadde høyest verdiskaping per ansatt av alle de europeiske landene som inngikk i sammenligningsgrunnlaget. Danmark, Frankrike og Sverige fulgte på de neste plassene.

Figur 4-1 Verdiskaping per ansatt og per årsverk i reiselivsnæringen i 2017 sammenlignet med prosessindustri, sjømatnæring og øvrig norsk næringsliv (oljeselskaper og finans ikke inkludert). Kilde: Menon



Like fullt, det er ingen tvil om at produktiviteten i norsk reiselivsnæring ligger langt under de fleste andre næringer i Norge. Det kan derfor hevdes at reiselivsnæringen legger beslag på arbeidskraft som kunne blitt overført til andre, høyproduktive, næringer, noe som ville ført til høyere økonomisk vekst (høyere BNP) i Norge. Det er to åpenbare innvendinger mot dette resonnementet: For det første forutsetter det at arbeidskraften i reiselivet friksjonsfritt kunne blitt overført til industri og andre høyproduktive næringer. Med andre ord ser man

bort fra tid og kostnader til utdanning og at svært mange må flytte fra stedene de bor til Oslo og andre større byer. For det andre ser man bort fra at sysselsettingen er på full fart ned i de mest produktive næringene. Det er nettopp det faktum at arbeidskraften byttes ut med teknologi som gjør at produktiviteten blir så høy. For eksempel har DNB brukt 2,5 milliarder kroner i sluttpakker og redusert antall ansatte med 4 000 personer bare de siste fem årene (DN.no⁸). Alle prognoser tilsier at behovet for arbeidskraft vil bli stadig mindre i industrien, i finans og i andre teknologibaserte tjenestenæringer. Det er derfor helt urealistisk å tro at de mest produktive næringene skal kunne absorbere arbeidskraften fra reiseliv og andre tjenestenæringer som i dag er lokalisert over hele landet. Tvert imot mener de fleste at det er stort behov for å skape nye arbeidsplasser i Norge – særlig i distriktene. Arbeiderpartiet har slått fast at «Norges fremtidsambisjon bør være minst 300 000 flere arbeidsplasser på 10 år». I følge Perspektivmeldingen fra 2017 skal det mer enn 10 prosent økning i sysselsettingen fra basisalternativet til for at det skal finansiere inndekningsbehovet i offentlige finanser fram mot 2060.

Her ligger produktivetsparadokset: Høy produktivitet i enkelt næringer er ingen garanti for å opprettholde bosetting/-attraktivitet, lokale tjenester og sysselsetting. Faktisk kan nettopp produktivetsvekst undergrave muligheten til å opprettholde levedyktige lokalsamfunn, fordi antall arbeidsplasser reduseres som følge av produktivetsforbedringer.

Borregaard er et eksempel på en ekstremt suksessfull industribedrift som gjennom en årrekke har automatisert driften og erstattet arbeidskraft med teknologi. I 2014 ble 15 kontrollrom slått sammen til ett integrert rom som overvåker alle Borregaards fabrikker. Det økte produktiviteten kraftig – og medførte samtidig at 200 arbeidsplasser forsvant.

Og selv om produktivetsøkningen fører til omsetningsvekst i næringen, blir effekten på sysselsettingen mindre, fordi antall arbeidsplasser bak hver krone skapt er færre. Typiske sjømatkommuner som Røst, Steigen, Flakstad og Loppa har opplevd kraftig befolkningsnedgang gjennom hele 2000-tallet. Også tradisjonelle industrikommuner som Odda, Sauda, Høyanger og Årdal har sett befolkningen synke. Små reiselivskommuner som Hemsedal, Bykle (Hovden) og Aurland (Flåm) har i samme periode lyktes med å øke befolkningen.

Samtidig er det viktig å understreke at de ulike næringene ikke konkurrerer med hverandre. Tvert imot vil hoteller, restauranter, kafeer, samt kultur- og opplevelsestilbud øke bolysten for alle i en kommune, ikke bare gjestene og de ansatte i reiselivsnæringen. Hotellet som ble åpnet i Fosnavåg i 2014 er et godt eksempel på det. Fiskeri- og offshorerederiene i småbyen ønsket et hotell for sine gjester og et samlingssted for innbyggerne. Sammen bygget de et integrert hotell, kulturhus og simulatorsenter.

Til tross for reiselivsnæringens lave produktivitet, skaper næringen store inntekter for norske kommuner – faktisk betydelig større enn hele norsk prosessindustri og sjømatnæring. Årsaken er nettopp at reiselivsnæringen er svært arbeidsintensiv, mens prosessindustri og sjømat er kapitalintensive næringer.

⁸ <https://www.dn.no/marked/dnb-dnb/ottar-ertzeid/rune-bjerke/har-brukt-25-mrd-pa-sluttpakker/2-1-290353>.

Kommunenes skatteinntekter fra reiseliv sammenlignet med andre næringer

Menon har beregnet hvor store skatteinntekter de ansatte i reiselivsnæringen bidrar med til norske kommuner. Vi har også sammenlignet kommunenes skatteinntekter fra reiseliv med tilsvarende fra noen utvalgte næringer. Fire næringer er valgt som sammenligningsgrunnlag; prosessindustri, sjømat, skog- og trenæringen og næringsmiddelindustri. Hvorfor har vi valgt akkurat disse fire næringene? De fire næringene har til felles at de er distriktsnæringer og ofte svært store og viktige for enkeltkommuner. Skog- og trenæringen og næringsmiddelindustri er typiske innlandsnæringer og benyttes derfor som sammenligningsgrunnlag i 100 innlandskommuner. Prosessindustri og sjømat er typiske fjord- og kystnæringer og benyttes derfor til sammenligning av skatteinntekter i kommuner med kystlinje. Reiseliv og de fire sammenligningsnæringene er definert på følgende måte:

- **Reiselivsnæringen:** Alle typer bedrifter som leverer tjenester til mennesker på reise, det vil si opplevelses-, overnattings-, serverings-, transport- og formidlingsbedrifter.
- **Prosessindustrien:** Alle former for masseprodusert bearbeiding av råvarer, hvorav de viktigste formene er metall-, kjemisk-, miljøteknologi-, papir- og farmasøytisk industri. Petroleum er ikke med.
- **Sjømatnæringen:** Hele verdikjeden for både fangst og oppdrett av alle typer fisk, skalldyr og andre organismer fra havet; fra avl, smolt- og fôrproduksjon, via fiskeri og havbruk, til foredling og salg av sjømat.
- **Skog- og trenæringen:** Hele verdikjeden fra skogbruk, via treindustri og treforedling, til trebaserte byggevarer som dører, vinduer og trapper, samt papir og papp og biokjemiske produkter.
- **Næringsmiddelindustrien:** Alle bedrifter som produserer kjøtt og kjøttvarer, meieriprodukter, kornvarer, fisk og skalldyr, dyrefôr, mineralvarer, iskem, øl, mineralvann og andre næringsmidler, blant annet gjennom foredling av jordbruksprodukter.

4.2. Kommunale skatteinntekter fra reiselivet

Mens Staten har inntekter fra en lang rekke inntektskilder, kommer kommunenes skatteinntekter i all hovedsak fra arbeidstakeres inntekter. Statens største skatteinntekter i 2017 er merverdiavgift (280 mrd NOK), arbeidsgiver- og trygdeavgift (317 mrd), bedriftenes selskapsskatt (70 mrd), personers inntektskatt (163 mrd), samt fra petroleumssektoren (97 mrd). Kommunens samlede skatteinntekter utgjorde 168 milliarder kroner i 2017. Av disse utgjorde personers inntektsskatt 86 prosent, mens eiendomsskatt og formueskatt til sammen utgjorde 13 prosent. Det er være svært relevant for norske kommuner å vite hvilke næringer skatteinntektene fra arbeidstakerne kommer fra.

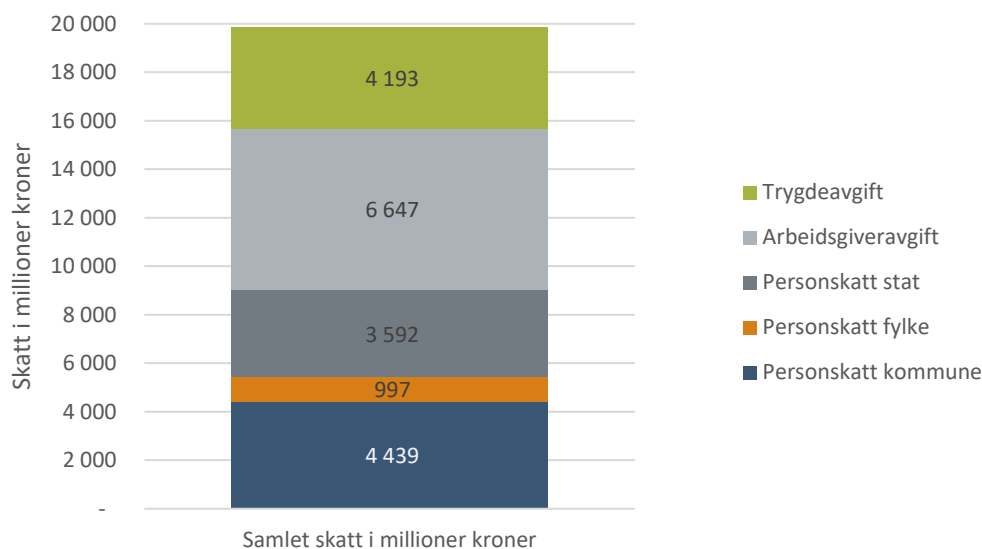
Vi har beregnet beskatningen av lønnstakere i reiselivsnæringen i Norge i 2017, og hvor mye av dette som tilfaller kommunene.

Trygdeavgift og arbeidsgiveravgift beregnes av samlet skattbar inntekt, mens personskatt til kommune, fylke og stat beregnes av bruttoinntekt fratrukket et fradrag på om lag 120 000 kroner. Trygdeavgiften er 8,2 prosent. Standardsatsen for arbeidsgiveravgiften er 14,1 prosent, men denne er regionalt differensiert, og mange distriktskommuner har lavere sats. Vi har antatt en gjennomsnittlig sats på 13 prosent. For personskatten til kommune, fylke og stat er satsene på henholdsvis 11,8 prosent, 2,65 prosent og 9,55 prosent av inntekt minus fradrag.

4.2.1. Skatteinntekter fra reiselivet

I Figur 4-2 under vises beregnet totale skatte- og avgiftsinntekter fra reiselivsansattes arbeidsinntekt i 2017.

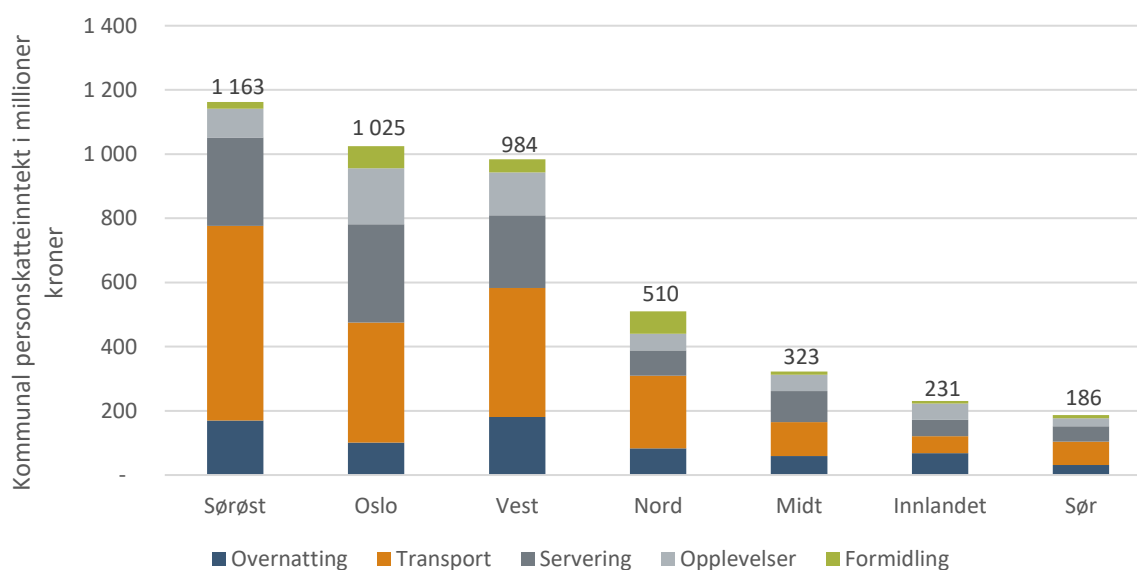
Figur 4-2 Beregnede direkte skatte- og avgiftsinntekter fra reiselivsansattes arbeidsinntekt i 2017. Millioner kroner. Kilde: Menon og SSB



Samlet bidrar de reiselivsansatte med 20 milliarder kroner i skatt og avgifter fra deres arbeidsinntekt.

Kommunene får som nevnt 11,8 prosent av de ansattes skattebare inntekt. Disse inntektene tilfaller kommunen der den ansatte bor. Vi har beregnet skatteinntekter fra reiselivsansatte for alle landets kommuner, og høydepunktene er presentert i en egen rapport. Her viser vi beregnede kommunale skatteinntekter per region, som vist i Figur 4-3 under. Beregningene er foretatt ut fra antall ansatte og gjennomsnittlig årslønn for heltidsansatte per bransje.

Figur 4-3 Kommunale skatteinntekter fra personbeskatning av arbeidsinntekt i reiselivsnæringen, per region. Millioner kroner. Kilde: Menon og SSB

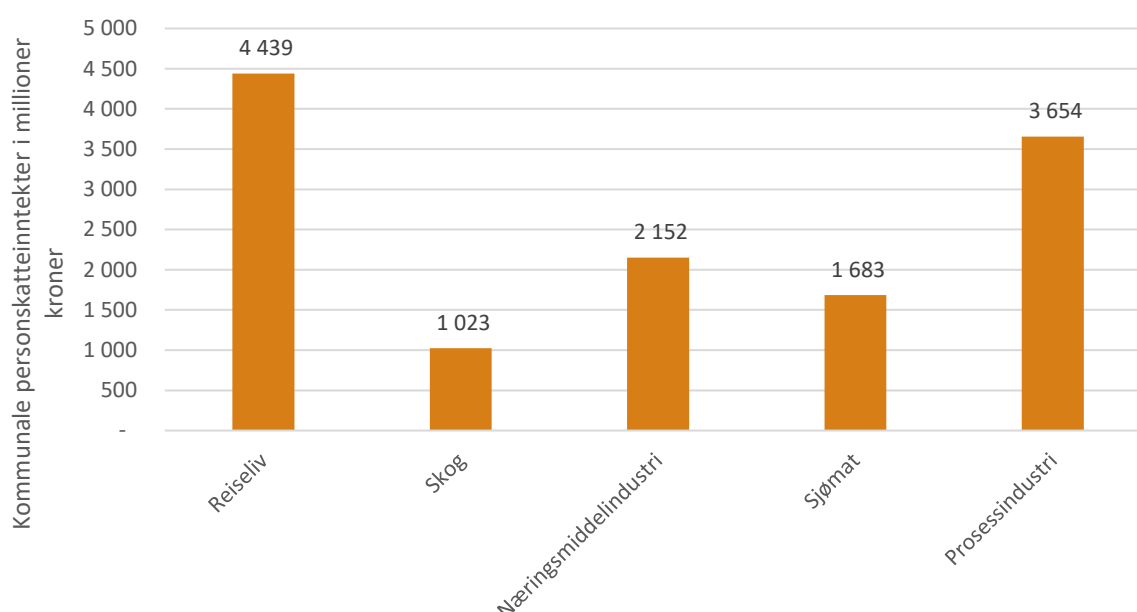


Region sørøst beregnes å få de største skatteinntektene av regionene, med nesten 1,2 milliarder kroner. Oslo beregnes å få skatteinntekter fra ansatte i reiselivsnæringen på drøyt 1 milliard kroner, og Vestlandet oppunder 1 milliard.

4.2.2. Kommunale skatteinntekter fra reiselivet sammenliknet med andre næringer

I tillegg til beregninger av kommunale skatteinntekter fra ansatte i reiselivet, har vi også beregnet for ansatte i prosessindustrien, sjømatnæringen skog- og trenæringen og næringsmiddelindustrien. Figur 4-4 under viser beregnede kommunale personskatteinntekter fra de fem næringene i 2017.

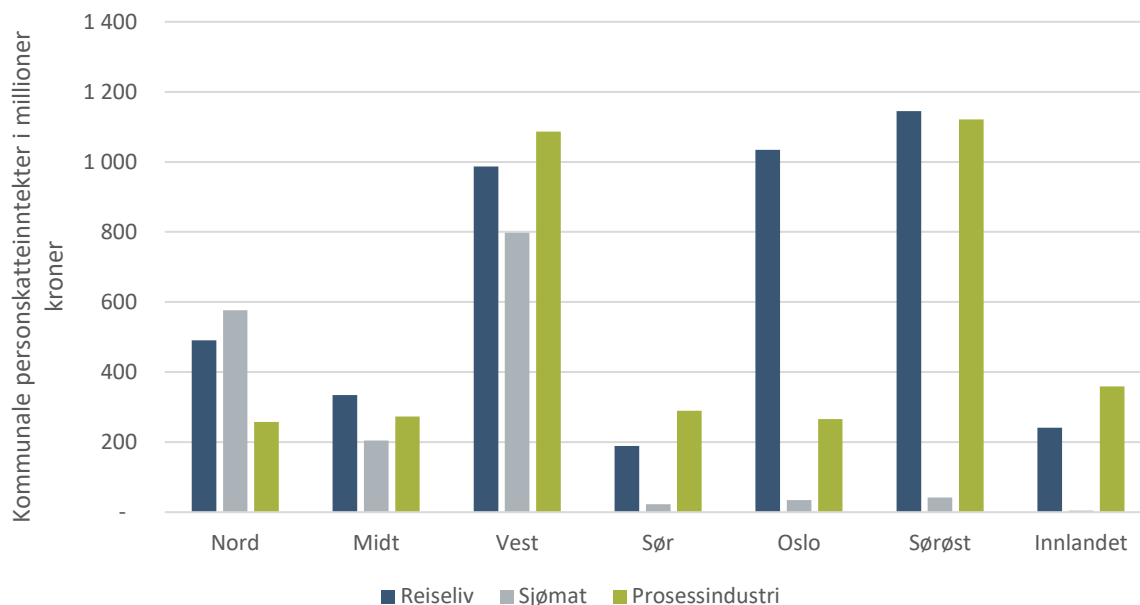
Figur 4-4 Beregnede kommunale personskatteinntekter fra reiseliv, skog- og trenæringen, næringsmiddelindustrien, sjømatnæringen og prosessindustrien i 2017. Kilde: Menon og SSB



Vi ser at av disse næringene er det reiselivet som er mest innbringende for norske kommuner, med 4,4 milliarder kroner i beregnede inntekter fra personbeskatning. Prosessindustrien bidrar med nær 3,7 milliarder kroner, næringsmiddelindustrien med nær 2,2 milliarder, sjømatnæringen med 1,7 milliarder kroner og skognæringen med drøyt 1 milliard kroner. Kommunenes skatteinntekter fra sjømatnæringen kan virke overraskende lave. Det skyldes ganske enkelt at næringen er svært kapitalintensiv. Riktignok ligger også lønnsnivået høyere i sjømat enn i de andre næringene, noe som bidrar til å øke kommunenes skatteinntekter, men fordi antall ansatte er så få, blir skatteinntektene fra næringen likevel små.

Figur 4-5 under viser beregnede kommunale skatteinntekter per region fra reiseliv, sjømatnæringen og prosessindustrien i 2017.

Figur 4-5 Beregnede personskatteinntekter fra reiseliv, sjømatnæringen og prosessindustrien i region nord, midt, vest og sør i 2017. Kilde: Menon og SSB



Vi ser at reiselivet gir svært mye høyere skatteinntekter enn de to andre næringene i Oslo. Det skyldes både at reiselivsnæringen er svært stor, men også at det er lite industri i Oslo. Også i Midt-Norge og Sørøst-Norge er reiseliv største bidragsyter til kommunale skatteinntekter. I Nord er sjømat størst, mens i Vest, Sør og Innlandet er det prosessindustrien som gir de høyeste kommunale personskatteinntektene. Se for øvrig egen rapport om inntekter per kommune.

Referanser

Airbnb (2017). The Airbnb Community: Norway. https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/73/2017/11/The-Airbnb-Community-Norway_Nov2017.pdf

Airdna (2018). AirDNA Data for Norway

Cruise Norway (2018). Day passenger to Norway 2017 and prognosis 2018

Innovasjon Norge. Turistundersøkelsen.

Meld. St. 29 (2016–2017). Perspektivmeldingen 2017. Oslo: Finansdepartementet

Menon (2015a). Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial. Menon-publikasjon nr. 3/2015

Menon (2015b). Produktivitet i norsk reiseliv – interne og eksterne stordriftsfordeler. Menon-rapport 40/2015.

Statistikknett.no (2018). Diverse overnattingsstatistikk for hoteller, camping og hyttegrender og hytteformidling.

Statistisk sentralbyrå (2018). Tabeller med lønnsstatistikk, befolkningsstatistikk m.m.

Transportøkonomisk institutt (2018). Cruisetraffikk til norske havner - oversikt, utvikling og prognoser 2018-2060. TØI rapport 1651/2018

Vedlegg 1: Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen

Her følger en del tabeller og figurer som vi ikke fant plass til i kapittel 2.

Kommunefordelte nøkkeltall

De største 20 kommunene målt etter absolutt verdiskaping i reiselivsnæringen

Tabell 0-1 De 20 største kommunene målt etter absolutt verdiskaping i reiselivsnæringen i 2017

Kommune	Verdiskaping 2017
Oslo	17 569 974
Bergen	4 273 862
Trondheim	3 502 550
Ullensaker	3 210 464
Stavanger	2 759 607
Tromsø	2 714 252
Bærum	2 412 009
Flora	1 878 412
Kristiansand	1 748 977
Bodø	1 179 526
Drammen	1 056 409
Sandefjord	1 034 845
Sør-Varanger	833 770
Lillehammer	600 809
Ålesund	581 744
Skedsmo	529 930
Sola	526 510
Skien	501 640
Haugesund	487 681
Fredrikstad	485 840

20 største kommuner målt etter sysselsetting i reiselivsnæringen

Tabell 0-2 De 20 største kommunene målt etter antall ansatte i reiselivsnæringen i 2017. Estimert.

Kommune	Ansatte 2017
Oslo	34 927
Bergen	10 874
Trondheim	8 384
Stavanger	5 701
Ullensaker	4 403
Tromsø	4 014

Bærum	3 195
Kristiansand	3 085
Bodø	2 648
Drammen	2 508
Sør-Varanger	1 882
Sandefjord	1 799
Ålesund	1 766
Flora	1 703
Skedsmo	1 680
Fredrikstad	1 578
Haugesund	1 560
Sola	1 423
Lillehammer	1 340
Sandnes	1 333

20 største kommuner målt som verdiskaping per sysselsatt

Tabell 0-3 De 20 kommunene med høyest verdiskaping per sysselsatte i reiselivsnæringen, og mer enn 50 ansatte

Kommune	Verdiskaping per ansatte
Aurland	1 336 272
Flora	1 103 002
Bærum	754 932
Alstahaug	730 453
Ullensaker	729 154
Brønnøy	709 636
Balestrand	681 177
Tromsø	676 196
Spitsbergen	659 519
Lom	621 009
Lurøy	616 151
Ås	583 661
Sandefjord	575 234
Kristiansand	566 929
Lyngen	566 138
Trysil	554 552
Finnøy	549 304
Songdalen	548 725
Hammerfest	536 805
Hamarøy	530 231

20 kommuner med høyest absolutt verdiskapingsvekst fra 2013 til 2017

Tabell 0-4 De 20 kommunene med høyest absolutt verdiskapingsvekst i reiselivsnæringen 2013–2017. Millioner kroner

Kommune	Verdiskaping 2013 i MNOK	Verdiskaping 2017 i MNOK	Vekst verdiskaping 2013–2017 i MNOK
Oslo	15 535	17 570	2 035
Sør-Varanger	338	834	495
Bergen	3 782	4 274	492
Flora	1 464	1 878	415
Trondheim	3 137	3 503	365
Trysil	144	435	291
Alstahaug	93	367	274
Kristiansand	1 488	1 749	261
Aurland	150	378	229
Drammen	834	1 056	222
Fredrikstad	298	486	188
Songdalen	16	202	186
Ålesund	396	582	185
Ås	26	165	139
Lillehammer	465	601	135
Sola	418	527	108
Harstad	258	365	107
Tromsø	2 615	2 714	99
Lørenskog	154	253	99
Spitsbergen	213	307	94

20 kommuner med høyest prosentvis vekst i verdiskapingen 2013–2017

Tabell 0-5 De 20 kommunene med høyest prosentvis vekst i verdiskapingen i reiselivsnæringen 2013–2017, og mer enn 20 millioner kroner i verdiskaping i 2013

Kommune	Verdiskaping 2013 i 1000 kr	Verdiskaping 2017 i 1000 kr	Vekst verdiskaping i prosent
Ås	25 830	165 176	539 %
Alstahaug	93 090	366 687	294 %
Trysil	144 178	435 323	202 %
Eigersund	37 509	109 307	191 %
Aurland	149 524	378 165	153 %
Sør-Varanger	338 430	833 770	146 %
Bamble	41 897	101 280	142 %
Modum	61 683	147 980	140 %
Sortland	57 947	126 478	118 %

Tvedestrand	28 034	58 556	109 %
Hurum	25 768	52 267	103 %
Rygge	58 098	116 675	101 %
Ringebu	49 098	94 063	92 %
Farsund	23 087	43 434	88 %
Luster	28 575	52 840	85 %
Jevnaker	23 926	44 092	84 %
Kvinnherad	27 801	50 613	82 %
Nedre Eiker	20 828	37 750	81 %
Lier	50 453	88 256	75 %
Meløy	27 617	47 888	73 %

Fylkesfordelte nøkkeltall

Verdiskaping per bransje, geografisk og totalt

Tabell 0-6 Verdiskaping i reiselivsbransjene per fylke i 2017, i millioner kroner. Avdelingsdata

Fylke	Overnatting	Servering	Transport	Opplevelser	Formidling
Østfold	241	591	563	251	59
Akershus	1 112	2 114	4 115	545	213
Oslo	1 738	5 428	6 391	2 765	1 248
Hedmark	334	419	403	548	61
Oppland	812	455	490	467	71
Buskerud	793	777	845	421	69
Vestfold	383	656	1 037	143	70
Telemark	293	379	466	269	46
Aust-Agder	162	257	237	104	53
Vest-Agder	358	569	1 017	350	118
Rogaland	624	1 348	2 246	717	197
Hordaland	1 244	1 590	1 750	1 152	288
Sogn og Fjordane	623	187	2 148	191	189
Møre og Romsdal	574	559	568	329	90
Nordland	653	596	1 593	377	59
Troms	542	618	1 881	373	131
Finnmark	245	171	306	139	796
Svalbard	56	33	14	72	144
Trøndelag	1 062	1 716	1 587	823	156
Totalt	11 849	18 463	27 657	10 036	4 057

Syssetsetting per år, geografisk og totalt

Tabell 0-7 Antall ansatte i reiselivsnæringen 2012–2017 per fylke. Estimert.

Fylke	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Østfold	3 754	3 608	3 904	4 038	4 106	4 203
Akershus	16 390	17 494	18 244	19 191	19 403	21 300
Oslo	36 515	37 619	38 116	39 587	40 273	39 881
Hedmark	3 457	3 468	3 799	3 805	3 837	4 054
Oppland	4 727	4 718	4 870	5 090	5 293	5 508
Buskerud	6 472	6 391	6 544	6 775	7 077	6 926
Vestfold	5 008	5 197	5 315	5 345	5 435	5 319
Telemark	3 258	3 317	3 441	3 362	3 537	3 559
Aust-Agder	1 964	1 999	2 114	2 133	2 109	1 987
Vest-Agder	4 770	4 860	5 118	5 170	5 040	5 152
Rogaland	11 827	11 891	12 000	12 030	12 074	12 009
Hordaland	13 617	14 149	14 035	14 594	14 697	15 134
Sogn og Fjordane	4 556	4 718	4 532	4 449	4 461	4 543
Møre og Romsdal	4 834	4 875	4 985	5 053	5 062	5 217
Nordland	6 386	6 449	6 575	6 879	7 224	7 416
Troms	6 271	6 227	5 832	6 050	6 208	6 228
Finnmark	2 158	2 771	3 728	3 685	3 691	3 634
Svalbard	467	650	489	580	661	651
Trøndelag	12 389	12 649	12 913	13 315	13 060	13 117
Totalt	148 822	153 049	156 555	161 128	163 248	165 838

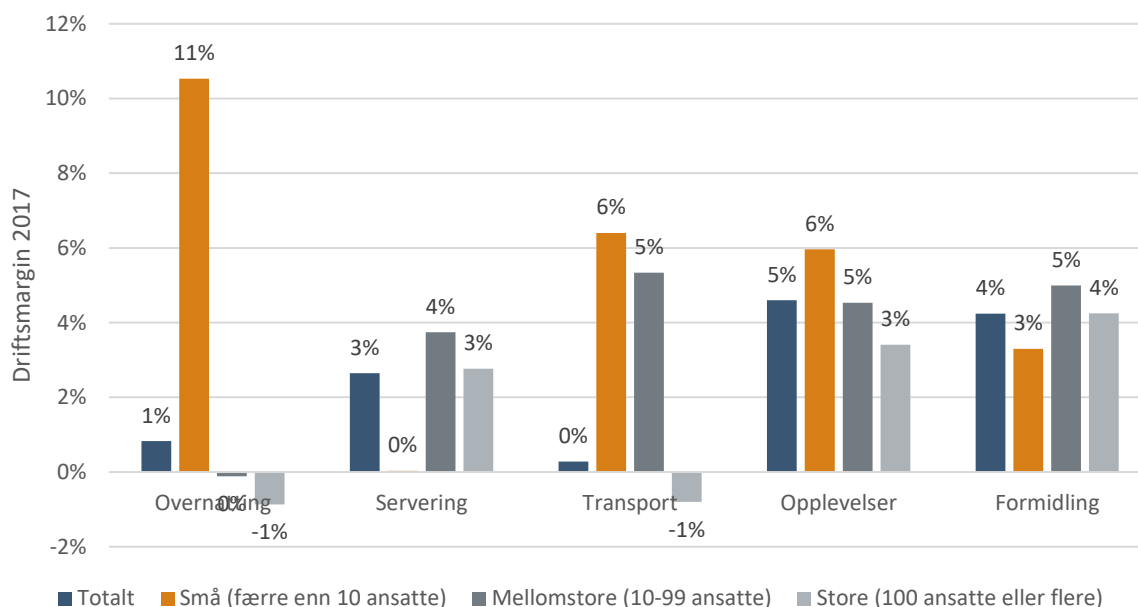
Tabell 0-8 Antall ansatte i reiselivsnæringen i 2017 per fylke og bransje. Estimert.

Fylke	Overnatting	Servering	Transport	Opplevelser	Formidling
Østfold	674	2 218	686	534	91
Akershus	3 077	8 170	8 703	1 165	186
Oslo	4 743	18 811	7 645	6 816	1 866
Hedmark	990	1 472	488	997	106
Oppland	2 176	1 631	610	970	122
Buskerud	2 197	2 742	998	870	119
Vestfold	1 164	2 320	1 461	269	105
Telemark	828	1 423	574	648	85
Aust-Agder	469	923	298	209	88
Vest-Agder	996	2 048	1 183	738	187
Rogaland	2 035	5 088	2 937	1 543	406
Hordaland	3 349	6 139	2 625	2 580	440
Sogn og Fjordane	1 461	669	1 904	402	109
Møre og Romsdal	1 606	1 973	767	713	158
Nordland	1 882	2 144	2 489	797	105
Troms	1 310	2 096	1 698	915	208
Finnmark	686	609	456	303	1 579

Svalbard	181	97	25	160	189
Trøndelag	2 771	5 901	2 168	2 009	267
Totalt	32 595	66 473	37 716	22 637	6 416

Driftsmarginer (EBIT-margin) per bransje og etter bedriftenes størrelse

Figur 0-1 Gjennomsnittlige driftsmarginer for bransjene totalt sett og fordelt på små, mellomstore og store foretak i 2017.



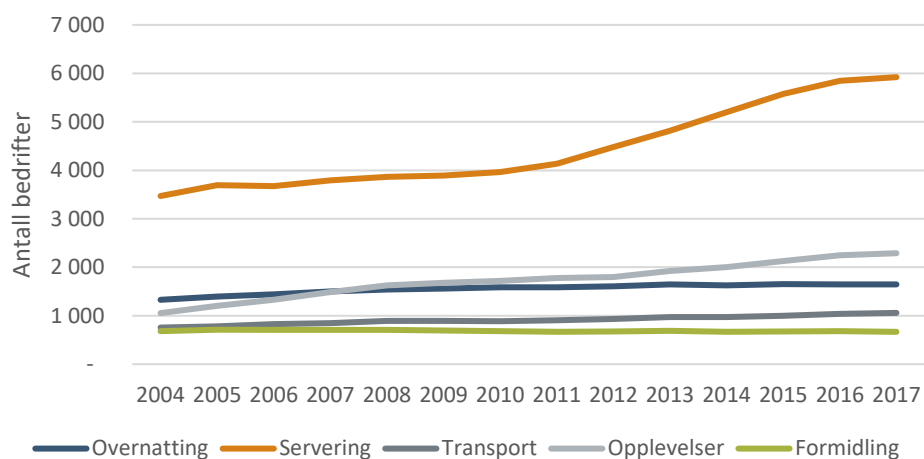
Antall aktive bedrifter (lønnskostnader>0) per fylke og bransje og over tid

Tabell 0-9 Antall aktive bedrifter (lønnskostnader>0) per fylke i 2017, fordelt på reiselivsbransjer. Inkludert avdelinger.

Fylke	Overnatting	Servering	Transport	Opplevelser	Formidling
Østfold	36	307	37	79	25
Akershus	57	488	84	162	56
Oslo	109	1281	82	367	148
Hedmark	62	175	29	78	25
Oppland	149	189	31	118	30
Buskerud	94	303	45	130	37
Vestfold	60	248	39	62	21
Telemark	63	183	44	76	24
Aust-Agder	43	119	22	42	15
Vest-Agder	59	205	30	61	20

Rogaland	86	502	83	110	39
Hordaland	155	492	108	203	54
Sogn og Fjordane	103	94	57	78	18
Møre og Romsdal	104	252	74	105	29
Nordland	163	280	98	185	20
Troms	82	187	51	130	22
Finnmark	78	83	33	72	31
Svalbard	3	7	6	26	7
Trøndelag	141	527	105	204	46
Totalt	1 647	5 922	1 058	2 288	667

Figur 0-2 Antall aktive bedrifter (lønnskostnader>0) 2004–2017. Inkludert avdelinger. Kilde: Menon



Vedlegg 2: Antall ansatte og årsverk i de sammenliknede næringene

Tabell 0-10 Beregnet antall ansatte og årsverk i reiselivet, prosessindustrien, sjømatnæringen, næringsmiddelindustrien og skog- og trenæringen i 2017⁹

Næring	Ansatte	Årsverk
Reiseliv	166 000	113 000
Sjømatnæringen	28 000	28 000
Prosessindustrien	71 000	70 000
Næringsmiddelindustrien	52 000	44 000
Skog- og trenæringen	24 000	22 000

⁹ Antall ansatte fra Menons regnskapsdatabase. Antall årsverk er beregnet som netto lønnskostnader fra Menons regnskapsdatabase dividert med gjennomsnittlig årslønn for heltidsansatte per næring (SSB tabell 11421). Det er noe overlapp mellom prosessindustrien og skog- og trenæringen.

Vedlegg 3: Næringsinndelinger

Tabell 0-1 Reiselivsnæringen

Kode	Standard for næringsinndeling 2007 – femsifret inndeling
47241	Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer
49100	Passasjertransport med jernbane
49311	Rutebiltransport i by- og forstadsområde
49312	Transport med sporveis- og forstadsbane
49320	Drosjebiltransport
49391	Rutebiltransport utenfor by- og forstadsområde
49392	Turbiltransport
49393	Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser
50101	Utenriks sjøfart med passasjerer
50102	Innenlandske kyststruter med passasjerer
50109	Kysttrafikk ellers med passasjerer
50300	Passasjertransport på elver og innsjøer
51100	Lufttransport med passasjerer
55101	Drift av hoteller, pensjonater og moteller med restaurant
55102	Drift av hoteller, pensjonater og moteller uten restaurant
55201	Drift av vandrerhjem
55202	Drift av ferieleiligheter
55300	Drift av campingplasser
56101	Drift av restauranter og kafeer
56102	Drift av gatekjøkken
56210	Cateringvirksomhet
56301	Drift av puber
56309	Drift av barer ellers
59140	Filmframvisning
77110	Utleie og leasing av biler og andre lette motorvogner (kun utleie)
77210	Utleie og leasing av sports- og fritidsutstyr
79110	Reisebyråvirksomhet
79120	Reisearrangørvirksomhet
79901	Turistkontorvirksomhet og destinasjonsselskaper
79902	Guider og reiseledere
79903	Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsarrangørvirksomhet
79909	Turistrelaterte tjenester ikke nevnt annet sted
90011	Utvøende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk
90012	Utvøende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst
90020	Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet
90040	Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet
91021	Drift av kunst- og kunstindustrimuseer
91022	Drift av kulturhistoriske museer
91023	Drift av naturhistoriske museer
91029	Drift av museer ikke nevnt annet sted
91030	Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter
91040	Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater
93110	Drift av idrettsanlegg

93210	Drift av fornøyles- og temaparker
93291	Opplevelsesaktiviteter
93292	Fritidsetablisement
93299	Fritidsvirksomhet ellers

Tabell 0-2 Sjømatnæringen

Kode	Standard for næringsinndeling 2007 – femsifret inndeling
3111	Hav- og kystfiske
3120	Ferskvannsfiske
3211	Produksjon av matfisk, bløtdyr, krepsedyr og pigghuder i hav- og kystbasert akvakultur
3212	Produksjon av yngel og settefisk i hav- og kystbasert akvakultur
3213	Tjenester tilknyttet hav og kystbasert akvakultur
3221	Produksjon av matfisk, bløtdyr og krepsdyr i ferskvannsbasert akvakultur
3222	Produksjon av yngel og settefisk i ferskvannsbasert akvakultur
3223	Tjenester tilknyttet ferskvannsbasert akvakultur
10201	Produksjon av saltfisk, tørrfisk og klippfisk
10202	Frysing av fisk, fiskefileter, skalldyr og bløtdyr
10203	Produksjon av fiskehermetikk
10209	Bearbeiding og konservering av fisk og fiskevarer ellers
10411	Produksjon av rå fiskeoljer og fett
13940	Produksjon av tauverk og nett
46381	Engroshandel med fisk, skalldyr og bløtdyr
47230	Butikkhandel med fisk, skalldyr og bløtdyr

Tabell 0-3 Prosessindustrien

Kode	Standard for næringsinndeling 2007 – tosifret inndeling.
05	Bryting av steinkull og brunkull
07	Bryting av metallholdig malm
08	Bryting og bergverksdrift ellers
16	Produksjon av trelast og varer av tre, kork, strå og flettematerialer, unntatt møbler
17	Produksjon av papir og papirvarer
20	Produksjon av kjemikalier og kjemiske produkter
22	Produksjon av gummi- og plastprodukter
23	Produksjon av andre ikke-metallholdige mineralprodukter
24	Produksjon av metaller
25	Produksjon av metallvarer, unntatt maskiner og utstyr

Tabell 0-4 Næringsmiddelindustrien

Kode	Standard for næringsinndeling 2007 – femsifret inndeling.
10110	Bearbeiding og konservering av kjøtt

10120	Bearbeiding og konservering av fjørfekjøtt
10130	Produksjon av kjøtt- og fjørfevarer
10201	Produksjon av saltfisk, tørrfisk og klippfisk
10202	Frysing av fisk, fiskefileter, skalldyr og bløtdyr
10203	Produksjon av fiskehermetikk
10209	Bearbeiding og konservering av fisk og fiskevarer ellers
10310	Bearbeiding og konservering av poteter
10320	Produksjon av juice av frukt og grønnsaker
10390	Bearbeiding og konservering av frukt og grønnsaker ellers
10411	Produksjon av rå fiskeoljer og fett
10412	Produksjon av andre uraffinerte oljer og fett
10413	Produksjon av raffinerte oljer og fett
10420	Produksjon av margarin og lignende spiselige fettstoffer
10510	Produksjon av meierivarer
10520	Produksjon av iskrem
10610	Produksjon av kornvarer
10710	Produksjon av brød og ferske konditorvarer
10720	Produksjon av kavringer, kjeks og konserverte konditorvarer
10730	Produksjon av makaroni, nudler, couscous og lignende pastavarer
10810	Produksjon av sukker
10820	Produksjon av kakao, sjokolade og sukkervarer
10830	Bearbeiding av te og kaffe
10840	Produksjon av smakstilsetningsstoffer og krydderier
10850	Produksjon av ferdigmat
10860	Produksjon av homogeniserte matprodukter og diettmat
10890	Produksjon av næringsmidler ikke nevnt annet sted
10910	Produksjon av fôrvarer til husdyrhold
10920	Produksjon av fôrvarer til kjæledyr
11010	Destillering, rektifisering og blanding av sprit
11020	Produksjon av vin
11030	Produksjon av sider og annen fruktvin
11040	Produksjon av andre ikke-destillerte gjærede drikkevarer
11050	Produksjon av øl
11060	Produksjon av malt
11070	Produksjon av mineralvann, leskedrikker og annet vann på flaske

Tabell 0-5 Skog- og trenæringen

Kode	Standard for næringsinndeling 2007 – femsifret inndeling.
2100	Skogskjøtsel og andre skogbruksaktiviteter
2200	Avvirkning
2400	Tjenester tilknyttet skogbruk
16100	Saging, høvling og impregnering av tre
16210	Produksjon av finerplater og andre bygnings- og møbelplater av tre

16220	Produksjon av sammensatte parkettstaver
16231	Produksjon av monteringsferdige hus
16232	Produksjon av bygningsartikler
16240	Produksjon av treemballasje
16290	Produksjon av andre trevarer og varer av kork, strå og flettematerialer
17110	Produksjon av papirmasse
17120	Produksjon av papir og papp
17210	Produksjon av bølgepapp og emballasje av papir og papp
17220	Produksjon av husholdnings-, sanitær- og toalettartikler av papir
17230	Produksjon av kontorartikler av papir
17240	Produksjon av tapeter
17290	Produksjon av varer av papir og papp ellers
31020	Produksjon av kjøkkenmøbler
35113	Produksjon av elektrisitet fra biobrensel
46130	Agenturhandel med tømmer, trelast og byggevarer
46731	Engroshandel med tømmer
46732	Engroshandel med trelast
46739	Engroshandel med byggevarer ikke nevnt annet sted
46761	Engroshandel med papir og papp
47524	Butikkhandel med trelast
47620	Butikkhandel med aviser og papirvarer

Vedlegg 4: Spørreskjema til reiselivsbedrifter

Markedssituasjon og fremtidsutsikter i reiselivet

1) Hvilken reiselivsbransje beskriver din virksomhet best?

- ☐ Overnatting
- ☐ Servering
- ☐ Aktiviteter og kultur
- ☐ Transport
- ☐ Formidling
- ☐ Annet, vennligst spesifiser

2) Hvor mange faste ansatte hadde din virksomhet ved inngangen til 2018?

3) Hvor mange faste ansatte forventer du å ha i din virksomhet ved utgangen av 2018?

4) Hva hadde din virksomhet i omsetning i 2017?

5) Hva forventer du omtrent at din virksomhet vil ha i omsetning:

- ☐ I 2018?
- ☐ I 2019?

6) Hva anslår du at driftsmarginen (driftsresultat i prosent av omsetning) vil bli i 2018?

7) Omtrent hvor stor andel av din virksomhets omsetning i 2018 kommer fra utenlandske kunder?

8) Omtrent hvor stor andel av din virksomhets omsetning i 2018 kommer fra lokale kunder (både personer, grupper og bedrifter/organisasjoner)?

9) Omtrent hvor stor andel av din virksomhets omsetning i 2018 kommer fra ferie/fritidsmarkedet?

10) Hvor mange måneder i året har din virksomhet aktivitet (holder åpent for kunder)?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10
- ☐ 11
- ☐ 12

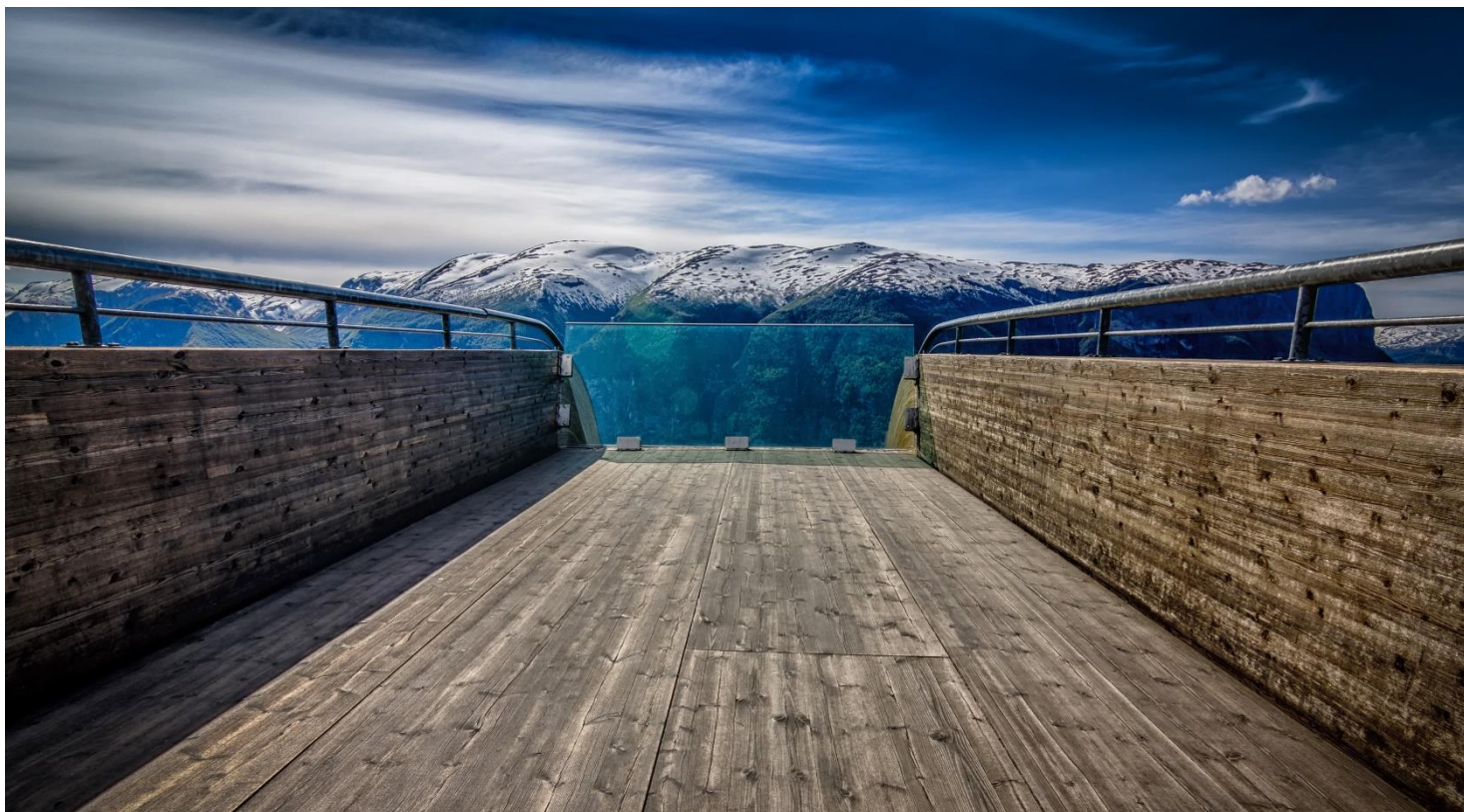
11) Hvilken sesongprofil beskriver best din virksomhet?

- ☐ Sommeren er hovedsesong
- ☐ Vinteren er hovedsesong
- ☐ Sommer og vinter er hovedsesonger, mens høst og vår er lavsesong
- ☐ Ingen hovedsesong, hele året er omtrent like viktig
- ☐ Annet, vennligst spesifiser

12) Eventuelle kommentarer til undersøkelsen eller utdyping av svar:

13) Ønsker du å få tilsendt den ferdige rapporten skrevet av Menon Economics for NHO Reiseliv, der en analyse av spørreundersøkelsen vil inngå?

- ☐ Ja
- ☐ Nei



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter.

Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no