

Sammendrag:

Betydningen av indirekte skatter og avgifter for norske reiselivsnæringers konkurranseevne

Problemstillinger og fokus

Norske reiselivsbedrifter er i en forstand skjermede og i en annen forstand konkurranseutsatte. For eksempel er store deler av tjenesteproduksjonen i Norge tilknyttet ferie- og fritidsmarkedet konkurranseutsatt i den forstand at man konkurrerer om både norske og utenlandske kunder i et internasjonalt marked. Er imidlertid turisten først kommet til Norge, så skjer omsetningen av for eksempel overnatting i et skjermet marked, fordi utenlandske hoteller nødvendigvis ikke kan tilby produktet "overnatting i Norge". "Konkurranseutsatt" innebærer at utenlandske produsenter tilbyr noenlunde identiske tjenester i samme marked. I denne forstand er flyselskaper, ferjereederier, cruisereederier og turoperatører konkurranseutsatt, selv om det dreier seg om reiser til, fra eller innen Norge.

Det er en utbredt oppfatning på bransjehold at det norske prisnivået er en til dels betydelig hemsko for norske reiselivsbedrifters konkurranseevne, og at skatte- og avgiftsnivået delvis er en årsak til dette. Man tenker da både på bedrifts- og inntektsbeskatning og ulike typer indirekte skatter og avgifter. I denne rapporten rettes fokus mot konkurranseevnen når det gjelder "etterspørselen etter Norge som ferieland" (både fra nordmenn og utlendinger) og betydningen av indirekte skatter og avgifter for prisnivået. Det prisnivået turister står overfor når det gjelder de varene og tjenestene som inngår i et typisk turistkonsum sammenliknes med nivået i Sverige, Danmark, Finland, Irland, England, Tyskland og Nederland. Tilsvarende analyseres forskjeller i indirekte skatter og avgifter, og man ser på betydningen av disse skattene og avgiftene for prisnivået.

Besøkende fra de nordiske landene, samt Tyskland, Nederland og Storbritannia utgjør i sommerhalvåret 87 prosent av alle utenlandske feriebetingede overnattinger, og 85 prosent i vinterhalvåret. Analysen dekker dermed en stor del av de aktuelle markedene for inngående turisme.

Analysen er begrenset til ferie- og fritidsmarkedene, som antas å være mer priselastiske enn yrkesreisemarkedet.

Analysen er satt inn i en teoretisk ramme ved at den første delen av rapporten drøfter konkurranseevne og konkurranseparametere, hvilke etterspørselsvalg potensielle turister står overfor, hvilke faktorer som kan spille inn, og hvilken grad prisfølsomhet og konkurranseutsatthet kan være til stede i de ulike valg situasjoner turisten kan antas å befinne seg i. Det er i denne sammenheng foretatt en om-fattende litteraturgjennomgang av empirisk materiale om

etterspørselastisiteter for reiselivsrelaterte tjenester. Utenlandske turistenes prisfølsomhet er videre undersøkt empirisk gjennom en egen undersøkelse om utenlandske turistenes oppfatninger av og holdninger til prisnivået i Norge.

Hovedtrekk i teoretisk gjennomgang

I hovedtrekk understreker den teoretiske gjennomgangen at en beslutning om å reise til Norge foretas i et konkurranseutsatt marked, hvor reisens totale kostnad er et viktig parameter. Når beslutningen om reise til Norge imidlertid er tatt, vil tjenester dels tilbys i et konkurranseutsatt marked (for eksempel transport og reiseopplegg til og fra Norge og delvis innen Norge) og dels i et skjermet marked karakterisert ved stedbundne tjenester som overnatting, servering, attraksjonsbesøk og liknende. Innenfor slike skjermede sektorer vil prisfølsomhet kunne slå ut ved at man substituerer for eksempel dyr overnatting med enklere, restaurantmåltider med selvhushold, og eventuelt korter inn reisen med hensyn til antall dager, kjørelengde.

Det er relativt få eksempler på analyser av priselastisiteter med hensyn på etterspørsel etter reisemål. Internasjonale analyser viser at turister er blitt mindre prisfølsomme over tid. Studier i Skandinavia viser imidlertid relativt høy priselastisitet for reiser innen Norden. En rimelig konklusjon er at turister er mest prisfølsomme overfor naboland, og at man er mindre prisfølsom overfor reiser til mer fjerntliggende og ”annerledes” reisemål. For Norge er det uansett viktig at svenske og danske (og sannsynligvis norske) turister må antas å være mest prisfølsomme.

Sammenliknende analyse av prisnivå og indirekte skatter

Hovedtrekk i metode

Utgangspunktet for sammenlikningen er de ulike forbruksmønstrene blant utenlandske turister etter overnattingsmåte som er funnet i forbruksundersøkelser i Norge, og prisnivåindekser for de ulike grupper av varer og tjenester for de land som er med i sammenlikningen.

Vi ser på hva fire ulike antatt representative vare- og tjenestekombinasjoner (for hotellturister, campingturister, turister i leid hytte og ferierende på slekts- eller vennebesøk) kostet i Norge og i de øvrige land sommeren 2000, og hvor mye av kostnaden som var indirekte skatter. Dette er gjort med utgangspunkt i beregninger av kjøpekraftsparitet (purchasing power parities) fra Eurostat og valutakurser på gjeldende tidspunkt. Betydningen av skatter er analysert ved å anta samme skatteandel som i Norge i de øvrige landene. Dermed ser man både relativt og målt i norske kroner hvor mye av prisnivåforskjellene som utgjøres av ulikheter i indirekte skatter.

De skatte- og avgiftssatsene som er anvendt i analysen er i hovedsak oppdatert per 1. juli 2001, som er sammenfallende med den siste store avgiftsendringen i Norge.

Resultater

Hovedresultatene er oppsummert i tabell 1 nedenfor. Prisnivået i Norge for et typisk turistkonsum er klart høyere enn i alle land vi sammenlikner med. Nærmest ligger Sverige og Danmark, med et prisnivå som er fra fem til ti prosent lavere. Finland og Storbritannia ligger omtrent 20 prosent lavere, mens Nederland, Tyskland og Irland ligger fra 30 til 40 prosent lavere. Prisnivåforskjellene varierer noe etter hvilken type turist man ser på.

Skatte- og avgiftsandelen ligger imidlertid lavere i Norge enn i Sverige og Danmark. Dette henger hovedsakelig sammen med at Norge ikke har merverdiavgift på overnatting. Gjennomsnittlig ligger Norge omtrent på nivå med Storbritannia og Irland, men en del høyere enn Finland, Tyskland og Nederland.

Tabell 1: Prisnivå og den relative betydning av indirekte skatter etter land og type turist for et representativt turistkonsum lik 1000 kr i Norge. 2000. NOK.

	Hotellturister		Campingturister		Leid hytte		Slekt- og vennebesøk	
	Prisnivå	Skatteandel	Prisnivå	Skatteandel	Prisnivå	Skatteandel	Prisnivå	Skatteandel
Norge	1000	-	1000	-	1000	-	1000	-
Sverige	961	-0,41	913	-0,14	910	-0,48	948	1,32
Danmark	949	-1,51	918	-0,71	931	-1,01	903	-0,38
Finland	855	0,24	833	0,21	838	0,11	834	0,46
Nederland	725	0,31	695	0,33	697	0,27	714	0,46
Tyskland	727	0,09	698	0,17	700	0,12	714	0,25
Storbritannia	806	0,01	814	-0,04	824	-0,12	818	0,15
Irland	682	0,04	689	0,05	682	0,02	714	0,09

I de av tabellens kolonner som har overskrift ”skatteandel” betyr positivt fortegn at skattetillegget er relativt sett høyere i Norge. Tallet angir hvor stor andel av prisforskjellen som skyldes høyere nivå å på indirekte skatter i Norge. Negativt fortegn betyr at skattetillegget i Norge er lavere enn det er i det landet det sammenliknes med. Dette gjelder stort sett bare Sverige og Danmark. I praksis vil det si at prisforskjellen ville vært større dersom det var samme indirekte skatter i Sverige og Danmark som i Norge.

Det er altså i forhold til Tyskland, Nederland og Finland at avgiftsnivået er med og trekker opp prisnivået, spesielt i forhold til Nederland. Det er særlig avgiftene på matvarer, drikkevarer og tobakk som drar opp gjennomsnittet for Norges del.

Når det gjelder Tyskland, som er vårt desidert viktigste eksportmarked (halvparten av alle utenlandske feriebetingede overnattinger i Norge i 2002), er den avgiftsforklarte andelen av prisnivåforskjellen ni prosent for hotellturister, 12 prosent for turister i leid hytte og 17 prosent for campingturister. For Nederland ligger den avgiftsforklarte andelen rundt 30 prosent, og for Finland omkring 20-25 prosent.

Turistenes holdninger til prisnivået i Norge

Om lag halvparten av de utenlandske bilturistene i Norge i sommersesongen 2000 syntes at prisnivået i Norge på overnatting, transport og opplevelser er ganske

høyt eller svært høyt. Mellom 80 og 95 prosent syntes at alkohol, bensin, mat på serveringssteder og dagligvarer er ganske dyrt eller svært dyrt, går det fram av TØIs gjesteundersøkelse.

Over halvparten mente imidlertid at prisnivået var som forventet, likeledes mente over halvparten at oppholdet i Norge som helhet var verdt kostnadene. Når det gjelder viktige faktorer ved valg av besøksland scoret opplevelsene landet kan by på høyest (fire på en skala fra en til fem), mens prisnivå og reisekostnad til/fra landet lå omkring middels (tre).

Hovedinntrykket er at en stor andel av utenlandske turister i Norge trosser et forventet høyt prisnivå og synes oppholdet er verdt pengene. Det bør likevel understrekes at man ut fra slike gjennomsnittsbetraktninger ikke uten videre kan slutte at majoriteten er relativt prisufølsomme reisende.

Konsekvenser og utfordringer

De landene vi sammenlikner med er både konkurrentland og hovedmarkeder for norske reiselivsbedrifter. I rapporten er det fokusert på landenes betydning som markeder og hvilke markeder som er viktige med hensyn til skattenivået.

Hotellsegmentene er i denne sammenheng ekstra viktige fordi gjennomsnittlig døgnforbruk (blant turistene i de landene som er med i undersøkelsen) ligger nær tre ganger så høyt som i de tre andre kategoriene.

Analysen viser at hovedproblemet når det gjelder norsk reiseliv og evnen til å konkurrere prismessig, er at det generelle pris- og kostnadsnivået er høyt. Dette problemet er i stor grad knyttet til prisdannelsen innenlands og en høy kronekurs. Prisfølsomheten synes å være størst for turister fra nabolandene. Blant de øvrige markedene vil spesielt Tyskland være sårbart i kraft av sin enorme markedsmessige betydning, og fordi pris- og avgiftsnivået i Norge er relativt høyt i forhold til i Tyskland.

Analysen viser også at å beholde fritaket for merverdiavgift på overnatting er det viktigste reiselivsspesifikke politiske tiltaket innenfor temaet prisnivå og skatter og avgifter. Dette er spesielt viktig for hotellturismen, hvor man finner et betydelig høyere konsum per døgn enn blant øvrige turister, og hvor utgiftene til overnatting utgjør en høy andel av de samlede utgifter.

Forskningsmessig sett er det først og fremst betydningen av prisnivået man burde vite mer om. Vi har sondert litt rundt prisfølsomheten blant et utvalg av dem som har vært i Norge, men kjenner lite til hva prisnivået betyr kvantitativt for den samlede etterspørselen etter feriereiser i Norge.