

Sammendrag:

Ringvirkninger av reiseliv i Buskerud, Telemark og Vestfold

Reiselivet har totalt sett stor økonomisk betydning

I denne rapporten beregnes de økonomiske ringvirkningene av reiseliv for BTV-regionen, som omfatter Buskerud, Vestfold og Telemark. Spesielt innebærer oppdraget analyser av økonomiske virkninger av hyttebygging. Beregningene er gjort både på fylkesnivå og for definerte regioner innen hvert fylke.

Målinger på fylkes- og regionnivå er basert på makroøkonomiske data

Utgangspunktet er den ”importerte etterspørsel” turister representerer. Vi er altså ute etter å måle de direkte og indirekte økonomiske virkninger i bestemte geografiske områder av at **turistene** kjøper varer og tjenester i disse områdene. Med turister mener vi her både personer på reise i ferie/fritidsøyemed og personer på reise i forbindelse med yrke (herunder kurs og konferanser).

De direkte virkningene er lik verdien av turistenes innkjøp av varer og tjenester i området (eksklusive merverdiavgift), eller mer presist verdien av den produksjonen innkjøpene skaper i reiselivsnæringene og de andre næringene (for eksempel varehandel) som betjener turistene. Denne informasjonen finner vi ved å ta utgangspunkt i de såkalte fylkesvise satellittregnskap for reiseliv. På grunnlag av tidligere utvalgsundersøkelser blant norske og utenlandske turister (forbruksundersøkelser, undersøkelser om reiseaktivitet, overnattingsmåter med mer) og fylkesvise nasjonalregnskap er det laget fylkesvise satellittregnskap for reiseliv. Disse viser omfanget av og fordelingen av turistenes forbruk av ulike varer og tjenester. På grunnlag av disse dataene, samt nye overnattingstall for 2004, har vi kunnet beregne turistkonsumet for dette året. For hytteturister er det gjort egne beregninger basert på tilgjengelig materiale om bruksomfang og forbruk av ulike varer og tjenester ved opphold på hytte.

De indirekte virkningene oppstår i hovedsak ved at de foretakene som selger direkte til turistene, må ha underleveranser fra andre produsenter, og ved at turistenes kjøp av varer og tjenester skaper eierinntekter og lønnsinntekter i de berørte foretakene, som igjen brukes til vare- og tjenestekjøp (privat konsum). For beregning av indirekte virkninger anvendes den såkalte PANDA-modellen, som forenklet sagt viser hvordan økt etterspørsel etter bestemte varer og tjenester slår ut i produksjonen i hver enkelt næring.

Turisme er mer enn hotell og camping

Omfanget og fordelingen av turistenes etterspørsel på ulike varer og tjenester (turistenes forbruksmønster) henger sammen med hvordan de overnatter: det er

viktig å være klar over at turister også omfatter blant annet hyttebrukere og besøkende hos slekt og venner.

Oppstillingen nedenfor viser at hytteturismen er den viktigste målt i antall overnattinger i alle tre fylker. Hotellandelen er høyest i Buskerud (21,4 prosent), mens besøk hos slekt og venner utgjør 20 prosent i Telemark og ca 24 prosent i Vestfold.

83-84 prosent av alle overnattinger som kan klassifiseres som turisme i Buskerud og Telemark foretas av norske besøkende. Andelen utenlandske overnattinger er under 10 prosent i Vestfold.

Tabell 1 Beregnet antall overnattinger 2004 etter type overnatting, nasjonalitet og fylke

	Buskerud		Telemark		Vestfold	
	1000 overn.	%-andel	1000 overn.	%-andel	1000 overn.	%-andel
Hotell og liknende	1 561	21,4	708	15,6	392	9,5
Camping (inkl. fri camping)	660	9,0	506	11,1	655	16,0
Besøk hos slekt/venner	811	11,1	929	20,4	980	23,9
Leid/lånt/egen hytte	4 152	56,8	2 187	48,0	1 852	45,1
Annet/uoppgitt	126	1,7	224	4,9	224	5,5
Totalt antall overnattinger	7 310	100,0	4 555	100,0	4 102	100,0
Sum nordmenn	6 165	84,3	3 766	82,7	3 704	90,3
Sum utlendinger	1 146	15,7	789	17,3	399	9,7

TØI-rapport 780/2005

Milliardomsetning og store overrislingseffekter

Turistenes konsum omfatter både kjøp av reiselivsprodukter (overnatting, servering, transport, aktiviteter) og andre typer varer og tjenester (dagligvarer, bensin, post og tele etc). Våre hovedtall viser at i Buskerud utgjorde turistenes konsum i 2004 om lag 4,74 milliarder kroner. Tilsvarende tall for Telemark var 2,74 milliarder og for Vestfold 3,06 milliarder.

Bare halvparten av dette var kjøp av typiske reiselivsprodukter som overnatting, servering, transport og opplevelsesprodukter. Salg til turister av andre produkter enn det reiselivsnæringene produserer, kalles ofte overrislingseffekt, og denne utgjør altså like mye målt i omsetning som salg av reiselivsprodukter. Dette er forståelig ut fra det tabell 1 viser; en stor del av turistene i de tre fylkene er personer på hyttetur, campingtur eller på besøk hos slekt og venner. I tabell 2 vises mer detaljert hvilke typer av varer og tjenester turistene kjøper. Merk at her er turister på private hytter ikke medregnet.

Blant de såkalte reiselivsnæringene utgjør både overnatting, servering og transport store beløp. Det at utgiftene til transport er såpass høye, henger sammen med at bruk av buss, tog, ferge og fly regnes som en del av konsumet. Reiseutgiftene til fly og ferge for turister som besøker Norge (Torp og Color Line) bidrar således til at turistrelatert produksjon av slike tjenester er framstilt som ekstra høy i Vestfold.

Kjøp av ulike typer av produkter fra varehandelssektoren utgjør en viktig del av turistenes konsum, likeledes utgifter til bensin. Varehandel utgjør en viktig del av det vi har kalt overrislingseffekten, men også kjøp av andre typer varer og tjenester utgjør store beløp.

Tabell 2 Samlet turistkonsum 2004, fordelt på 10 ulike vare- og tjenestegrupper. Eksklusive turisme i private hytter. Millioner kroner.

	Overnatting	Servering	Passasjer-transport	Reisebyrå/ turoperatører, bilutleie	Museer, turist- relaterte sports- aktiviteter, etc.	Reiselivs- produkter i alt	
Buskerud	833,2	702,7	451,5	75,3	115,4	2178,0	
Vestfold	334,8	384,2	680,6	64,4	67,7	1531,7	
Telemark	385,9	408,3	288,8	43,0	75,4	1201,3	
	Matvarer, drikkevarer og tobakk	Klær og skotøy	Suvenirer, kart m.v.	Transportutgifter ellers	Andre varer og tjenester	Turistkonsum ellers, i alt	Totalt turist- konsum
Buskerud	545,6	129,7	62,3	501,6	755,5	1994,7	4172,7
Vestfold	349,6	83,3	29,9	263,6	446,6	1172,9	2704,6
Telemark	347,8	82,7	38,0	312,1	432,9	1213,5	2414,8

TØI-rapport 780/2005

Store tall for enkelte regioner

Nedenfor har vi samlet hovedtallene for regioner innen fylkene og fylker, nå inklusive hytteturisters forbruk. Samlet for hele BTV-regionen er de direkte og indirekte virkningene av reiseliv beregnet til om lag 16 milliarder kroner i 2004. Om lag 25000 personer sysselsettes som følge av turistenes etterspørsel og de indirekte virkningene dette skaper.

Tabell 3 Direkte og indirekte reiselivsrelatert etterspørsel, etter region og fylke. Overnattinger, produksjonsvirkninger og sysselsetting 2004.

	1000 overnattinger	Totalt turistkonsum millioner kroner	Direkte + indirekte virkninger millioner kr.	Antall direkte og indirekte sysselsatte	Multiplikator
Hallingdal	3326	2311	2981	3300	1,29
Numedal/Kongsberg	1274	458	614	950	1,34
Ringerike/Hole	688	441	604	1030	1,37
Drammensregionen	1323	1202	1695	3100	1,41
Midt-Buskerud	698	255	337	530	1,32
Hele Buskerud	7310	4741	6851	11231	1,45
Larvik/Lardal	1329	912	1195	1800	1,31
Sandefjord	759	806	1072	1620	1,33
Kystregionen ellers	1550	1044	1441	2520	1,38
Nord-Vestfold	465	260	328	520	1,26
Hele Vestfold	4102	3057	4149	6640	1,38
Grenland	1360	998	1417	2350	1,42
Kragerø	536	217	293	540	1,35
Midt/øst-Telemark	761	575	753	1190	1,31
Vest-Telemark	937	464	599	930	1,29
Vinje og Tinn	901	442	592	820	1,34
Hele Telemark	4555	2736	3899	6142	1,42
Hele BTV-regionen	15967	10553	16018	24879	1,52

TØI-rapport 780/2005

Slik regionene er definert i oppdraget, er Hallingdal den klart viktigste reiselivsregionen, med en reiselivsskapt etterspørsel som medfører nesten 3 milliarder kroner i produksjonverdi. Reiselivet er beregnet å sysselsette 3300 personer, noe som utgjør om lag en tredel av alle arbeidsplasser i regionen. Også byregionene ligger høyt med hensyn til turistkonsum, noe som (særlig for Drammen og Grenland) henger sammen med et relativt stort innslag av hotellturisme.

Multiplikatoreffekten forteller noe om hvor store de indirekte effektene av turistenes etterspørsel er. Multiplikatoren for hele BTV-regionen er beregnet til 1,52. Det vil si at for hver krone turistene legger igjen i regionen skapes etterspørsel etter varer og tjenester for ytterligere 52 øre. I regionene varierer multiplikatoren mellom 1,26 og 1,42. Multiplikatoren er normalt større jo større og/eller jo mer bymessig området er. Dette har sammenheng med områdets evne til å selv kunne betjene den etterspørsel etter varer og tjenester som oppstår som indirekte virkninger.

Hytteturisme og hyttebygging – en vekstnæring

Tiltakende byggeboom i fjellet

Rapporten tar for seg både hyttegjester som konsumerende turister og hyttebygging som næringsgrunnlag i regionene. Regionen omfatter et stort antall fritidshus. Ved inngangen til 2005 var det registrert i alt om lag 40500 fritidsboliger i Buskerud, 14150 i Vestfold og 24500 i Telemark.

Videre utbygging er først og fremst knyttet til fjellområdene i BTV-regionen. I kystkommunene er det lite eller ingen økning i antallet fritidsboliger, men det antas at det skjer en vesentlig oppgradering av eksisterende boligmasse.

Fra 2000 til 2005 økte antall fritidsboliger med 3600 i Buskerud og 2500 i Telemark. Det er imidlertid nå konkrete planer for en langt større veksttakt i en del områder (særlig Hol, Nes, Sigdal, Vinje, Tinn og Nissedal), samt planer med ulik grad av behandlingsstatus i en rekke andre kommuner.

Hyttegjestene er mange, men legger igjen relativt lite per døgn

Hyttebesøkende står for over halvparten av alle overnattinger i BTV-regionen (jfr tabell 1), men det de legger igjen av penger i fylker og regioner, utgjør en forholdsvis liten del av det totale turistkonsumet. Av et totalt turistkonsum på 10,5 milliarder i BTV-regionen legger hytteturistene igjen ca 1,24 milliarder, eller knapt 12 prosent. Dette er ikke medregnet utgifter til utvidelser, oppgradering og liknende.

Tabell 4 Turisters konsum av varer og tjenester 2004, fordelt på hytteturister og andre. Fylker. Millioner kroner.

	Utlendinger			Nordmenn		
	Buskerud	Vestfold	Telemark	Buskerud	Vestfold	Telemark
Turister på private hytter	45	21	33	523	332	288
Andre turister	959	508	512	3214	2196	1903
Totalt	1004	529	545	3737	2528	2191

TØI-rapport 780/2005

Beregningene er gjort på grunnlag av data fra tre Buskerudkommuner (Velvin 2003) og en hyttebruksundersøkelse i Vestfold (Andreassen 2004). Tallene omfatter oppholdsbeholdningen for bruk av varer og tjenester, faste utgifter (brøyting, renovasjon, strøm etc) og vedlikeholdsutgifter.

I tillegg kommer imidlertid om lag 640 millioner kroner årlig i beregnede utgifter til oppgradering og utbygging av eksisterende hytter. Dette er basert på en årlig kostnad på kr 8000 per hytte (i henhold til Buskerudundersøkelsen). I for eksempel kystkommunene i Vestfold og Telemark vil slike investeringer kunne utgjøre betydelig større beløp per hytte. Manglende muligheter for bygging av nye hytter i attraktive områder antas å føre til at det i stedet skjer betydelig byggevirkosomhet knyttet til oppgradering (ombygging og standardheving) av eksisterende hytttemasse.

Byggevirkosomhet gir store lokale inntekter

En gjennomgang av nye hytter lagt ut for salg (på Internett) våren 2005 i kommunene Nissedal, Hjartdal, Tinn, Rollag, Sigdal, Nes, Flå og Ringerike ga følgende resultater med hensyn til størrelse og priser:

Tabell 5 Nye hytter til salg på Internett våren 2005, etter størrelse og pris.

Variasjon størrelse m ²	Antall hytter	Gjennomsnittlig størrelse m ²	Gjennomsnittlig salgspris	Variasjon kvm-pris	Gjennomsnittlig kvm-pris
70-87	21	80	1 776 000	13 000-29 600	22 200
90-110	23	101	2 000 000	13 000-26 700	19 800
116-172	16	131	3 145 000	19 100-33 600	24 000

TØI-rapport 780/2005

Fratrukket merverdiavgift er disse salgsverdiene beregnet å gi en gjennomsnittlig tomtepris på kr 300 000 (råtomt) per hytte, en gjennomsnittlig fortjeneste til utbygger på kr 2-300 000 og en gjennomsnittlig etterspørsel etter byggevarer og – tjenester på kr 950 000-1 200 000 per hytte.

I de fleste tilfellene er hyttebyggingen et lokalt anliggende, ved at lokale grunneiere legger ut tomter og selv står for utbyggingen. Ut fra ovenstående tall vil utbygging av 100 ”gjennomsnittshytter” årlig kunne tilføre grunneier/utbygger ca 55 millioner kroner. Vi får altså en kapitaltilgang som kan styrke næringslivet i kommunene dersom inntektene investeres lokalt, og dermed også på sikt økt etterspørsel som følge av økte lønns- og eierinntekter.

Videre skapes vare- og tjenestettespørsel for 108 millioner kroner (inkludert tilknytning til kommunalt vann- og avløpssystem). Hovedinntrykket er at lokal kapasitet på tjenestesektoren (håndverkere) generelt utnyttes fullt ut. I kommuner med stor utbygging vil en stor del av slike tjenester måtte importeres utenfra. Når det gjelder leveranser av byggevarer, er bildet noe av det samme. Lokale leveranser utnyttes, men er ikke tilstrekkelige. Det er for øvrig naturlig at man ikke i enhver kommune kan finne det varesortiment som tilfredsstillende krav og ønsker, enten det gjelder ferdige hytter, spesielle materialer eller spesialiserte innredninger.

Alt i alt har vi få holdepunkter for å kunne kvantifisere hvor mye av etterspørselen etter varer og tjenester som dekkes innenfor de ulike kommuner. Hovedinntrykket er at det ikke er konkurransedyktighet som er avgjørende, men rett og slett manglende kapasitet til å møte til dels store utbyggingsoppgaver.

Den relative betydning for enkeltkommuner kan være stor. I Nissedal har man de siste år hatt en konsentrert satsing med en stabil tilgang på ca 100 hytter i året (ca 1000 hytter totalt 1998-2010). Utbyggingen har gitt og forventes å gi store økonomiske effekter for kommunen, blant annet ca 80 nye årsverk direkte i byggeperioden og 10-15 årsverk etter byggeperioden, 25 prosent økning i varehandelsomsetningen og etablering av to nye byggevarehus, samt tilføring av kapital til lokale industrivirksomheter.

Kortsiktige og langsiktige effekter

Gjennomgående er det slik at all ledig kapasitet på håndverkernesiden utnyttes i kommuner med stor hyttebygging, og det er også slik at det eksisterer flere byggevirksomheter enn det ellers ville vært marked for i bygdene. Dersom utbyggingstakten er rask (og antallet hytter stort) minsker mulighetene for det lokale næringslivs utnyttelse av den etterspørsel som retter seg mot de nye hyttene, idet kapasiteten både på kort og lang sikt begrenser mulighetene.

På sikt vil den hytteboomen vi nå ser, avta. Dette er et typisk høykonjunkturfenomen, og ingen vet vel egentlig når markedet er mettet, og hvor lenge høykonjunktoren vil vare. De langsiktige effektene er knyttet til den meretterspørsel hyttegjestene tar med seg inn i kommunen. Inntektene er avhengige av hvor mye hyttene er i bruk.

I motsetning til tradisjonell reiselivsutbygging innebærer hytter en helt annen risikomodel. Den økonomiske risiko ved investeringen overføres fra utbygger til hytteeier idet hytta blir solgt. Kommunen og dets næringsliv sitter igjen med stor økt vare- og tjenesteetterspørsel på kort sikt (byggeperioden). På lengre sikt oppnår man en stabil økt etterspørsel knyttet til eie og bruk av hyttene. Samtidig medfører hytteutbygging en form for økt bosetting i kommunen, som medfører etterspørsel etter sosiale ytelser uten at de "bosatte" svarer inntektsskatt til kommunen.