

SAMMENDRAG AV RAPPORTER

| PRODUKTIVITET I NORSK REISELIV

| VALUTAKURSSVINGNINGERS PÅVIRKNING
AV DEN NORSKE HOTELLNÆRINGEN



MENON
Business Economics





MENON-PUBLIKASJON

NR. 42/2015

Av Endre Kildal Iversen,
Erik W. Jakobsen og
Rasmus Bøgh Holmen
Peter Aalen

LAYOUT /DESIGN

Kommunikasjonsbyrået Spring AS

FOTO

Shutterstock

Utnyttelse av interne og eksterne stordriftsfordeler gir produktivitetsvekst

Fremtidig produktivitetsvekst i reiselivsnæringen er avhengig av at man legger til rette for utnyttelse av stordriftsfordeler både internt i bedrifter og eksternt mellom bedrifter. Dette innebærer at man satser på å øke turisttetterspørselen i kraftfulle reiselivsregioner for å legge grunnlag for større bedrifter, økt konkurranse og sterkere klyngeeffekter i næringen.

Produktivitetsvariasjoner i reiselivsnæringen knytter seg til egenskaper ved bedriftene, deres beliggenhet og bruk av arbeidskraft. Vi finner at særlig stordriftsfordeler og egenskaper ved det lokale markedet er viktige for produktivitet i reiselivsnæringen. Begge fenomener kan relateres til økende skalaavkastning i ulike interne aktiviteter.

” Fremtidig produktivitetsvekst i reiselivsnæringen er avhengig av at man legger til rette for utnyttelse av stordriftsfordeler både internt i bedrifter og eksternt mellom bedrifter.

Stordriftsfordeler gjør at større bedrifter generelt sett er mer produktive enn mindre bedrifter i reiselivet. På markedssiden er det stordriftsfordeler knyttet til markedsføring, internettløsninger og prisingssystemer. Spesialisering av arbeidstakere, spredning av «beste praksis» og utvikling av IT-systemer gir stordriftsfordeler i drift, mens store innkjøp gir lavere pris på vare- og tjenestekjøp. Spesialisert kompetanse og tilgang på kapital gjør at store bedrifter og konsern enklere kan gjennomføre lønnsomme investeringer.

Samtidig utnyttes stordriftsfordelene også eksternt mellom bedriftene i områder med mye reiseliv, særlig i byer og ved spesialiserte reisemål. Ressurssterke destinasjonsselskap bidrar med markedsføring, booking-løsninger og pakketering, mens felles arbeidsmarked og

utstrakt samarbeid bidrar til kunnskapsspredning mellom bedriftene. Spesialiserte underleverandører gir produktivitetsimpulser fra vare- og tjenestekjøp. Det viktigste er likevel at destinasjoner med et stort utvalg av komplementære reiselivsprodukter er mer attraktive i markedet enn andre.

Det er enklere å utnytte både interne og eksterne stordriftsfordeler i kraftfulle reiselivsregioner. Siden reiselivsprodukter i stor grad må produseres på samme sted som forbruket finner sted, er de fleste reiselivsbedrifter i dag avhengig av en viss størrelse på lokal etterspørsel for å skalere produksjonen. I store byer kan bedrifter oppnå relativt jevn aktivitet hele året ved å betjene lokale kunder og yrkesreisende. En annen fordel med et stort lokalk marked er at kunder som bruker tilbudet jevnlig har større incentiver til å gi presise tilbakemeldinger og forslag til forbedringer. Med andre ord får bedriftene tydeligere innovasjonsimpulser fra lokalk markedet. I mindre byer og regioner er kundegrunnlaget blant fastboende og i næringslivet for begrenset til å gi stabil etterspørsel og innovasjonsimpulser. På store, spesialiserte reisemål kan norske og utenlandske feriegjester fylle samme rolle, men det er få eksempler på destinasjoner i Norge utenfor de store byene hvor feriemarkedet er tilstrekkelig stort gjennom hele året.

Det er enklere for bedrifter å øke sine lokale markedsandeler enn å øke regionale og nasjonale markedsandeler. Siden reiselivsproduktet består av mange ulike komplementære delprodukter (hotellrom, transport, kultur- og naturopplevelser) er sammenhengen mellom enkeltaktørers produktivitet og konkurranseevne svakere i reiseliv enn i andre næringer. En reiselivsbedrift kan være svært produktiv og godt drevet, men likevel ha svak konkurranseevne hvis andre lokale komplementære produkter ikke er attraktive i markedet. Man er avhengig av at konkurranseevnen til det samlede lokale reiselivsproduktet bedres for at etterspørselen inn til et område skal øke, og slik sett er enkeltaktørers mulighet til å skalere produksjonen også svakere i regioner som i utgangspunktet har lavere turisttetterspørsel.



I kraftfulle reisemål i de store byene og ved de største spesialiserte reisemålene er derimot etterspørselen stor nok til at mange bedrifter kan konkurrere om lokale markedsandeler, uavhengig av reisemålets samlede konkurranseevne. Sterk lokal etterspørsel bidrar til at

bedrifter kan vokse seg større og at større konsern etablerer seg. Dermed utnyttes både interne stordriftsfordeler i store bedrifter og eksterne stordriftsfordeler gjennom felles arbeidsmarked, spesialiserte underleverandører og kunnskapsspredning.

I Reiselivets produktivitetsutvikling

De lange linjene i nasjonalregnskapet fra 1970 til i dag viser at arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen (definert som overnatting, servering og reisebyrå- og –arrangører) karakteriseres av at:

- **Etterspørselen etter reiselivstjenester har økt:** Positiv utvikling i bruttoproduktet i løpende priser. Etter hvert som det norske samfunnet har blitt rikere har etterspørselen etter reiselivstjenester økt.
- **Reiselivsnæringens arbeidsproduktivitet har vært svak:** Reiselivsnæringens arbeidsproduktivitet målt i volum per årsverk har vært svakere enn i resten av næringslivet i perioden.
- **Store pris- og kvalitetseffekter trekker produktiviteten opp:** Sterkere vekst i reiselivspriser enn andre priser på tjenestene har imidlertid bidratt til at bruttoproduktet per årsverk i løpende priser har vært på linje med resten av næringslivet.

Reiselivsnæringen er en lavproduktiv næring. Overnatting- og serveringsbransjene har 45 prosent lavere verdiskaping per årsverk enn gjennomsnittet i norsk næringsliv. Bransjene benytter seg av lavutdannet og relativt lavtlønnet arbeidskraft i forhold til markedsrettet næringsliv ellers, noe som også innebærer at reiselivsnæringen er en viktig sysselsetter av marginale arbeidstakere, studenter og arbeidsinnvandrere.

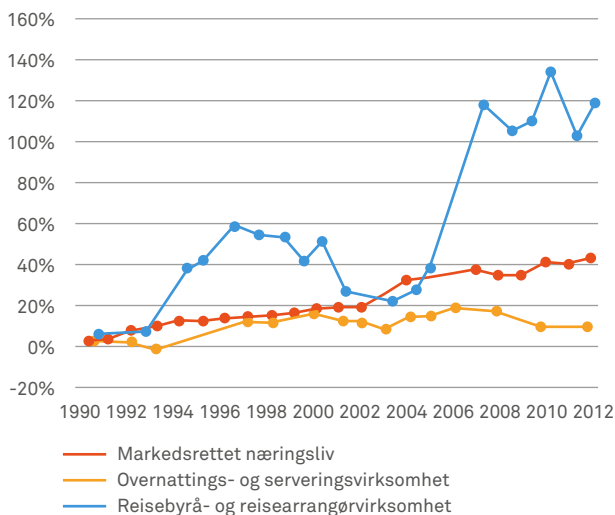
Overnattings- og serveringsvirksomhet har hatt en svakere produktivitetsvekst enn annet markedsrettet næringsliv, andre markedsrettede tjenester, samt industrien, særlig

etter årtusenskiftet. Utviklingen skyldes flere forhold. Overnattings- og serveringsvirksomhet er arbeidsintensive tjenestebransjer hvor det er vanskeligere å industrialisere produksjonen sammenlignet med mer kapitalintensiv vareproduksjon. Bransjene benytter mye ufaglært og midlertidig arbeidskraft og i stadig økende grad også innvandret arbeidskraft, noe som taler for at man oppnår mindre produktivitetsimpulser fra utvikling av arbeidstakerne. I tillegg har styrket kronekurs og høyere kostnadsvekst enn andre land svekket etterspørselen fra utenlandske turister. Svekket etterspørsel har bidratt til at turisthotellene har fått reduserte muligheter til å investere i innovasjon og produktivetsforbedringer.

” Overnattings- og serveringsvirksomhet er arbeidsintensive tjenestebransjer hvor det er vanskeligere å industrialisere produksjonen sammenlignet med mer kapitalintensiv vareproduksjon.

Som arbeidsproduktiviteten har RevPAR i faste priser (inntekt per disponibelt romdøgn) stagnert over perioden. Relativt svak kapasitetsvekst på hotell i første halvdel av 00-tallet kombinert med sterk økonomisk vekst bidro til at RevPAR økte med nærmere 30 prosent fra 2003 til 2008. Derpå førte økt kapasitet i kombinasjon med finanskrisen til at RevPAR falt raskt, mens den siden har

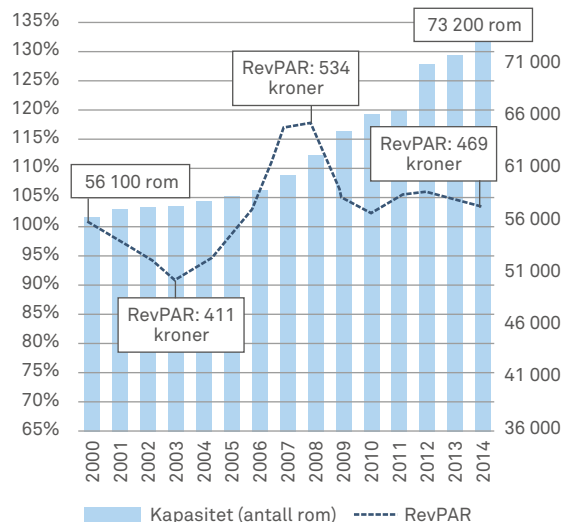
Arbeidsproduktivitetsutvikling (i faste priser) relativt til 1990



ligget stabilt rundt 475 kroner. Etter finanskrisen har en svak nedgang i romprisene blitt motsvart av en svak økning i kapasitetsutnyttelsen.

Det vært en sterk, men svært variabel, arbeidsproduktivitetsvekst innen reisebyrå- og reisearrangement. Den viktigste produktivitetsdriveren innen formidlingsbransjen har vært den rivende teknologiske utviklingen innen IKT fra 1990-tallet og utover. Bransjen har beveget seg fra tradisjonelle turistbyråer med kontorer og personlig service til selvbetjening over internett. Reisebyråene har selv også tatt i bruk effektive IKT-løsninger og har kunnet rasjonalisere driften parallelt med den utfordrende

Hotellspesifikke produktivetsindikatorer: Kapasitetsutnyttelse, pris og RevPAR



markedssituasjonen. Økte stordriftsfordeler og økt bruk av IKT-hjelpemidler bidrar til høyere produktivitet, mens kundenes mulighet for selvbetjening har redusert både solgt volum og reisebyråenes relative priser.

Sett fra ett *internasjonal* perspektiv har norsk reiseliv hatt en sterkere produktivitetsvekst i både faste og løpende priser enn de fleste andre europeiske land, og bidratt til at norsk overnattings- og serveringsbransje er blant Europas mest produktive. Med et høyere pris- og lønnsnivå har produktivitetsveksten vært nødvendig for at norsk reiselivsnæring skal kunne konkurrere nasjonalt og internasjonalt.

Bedriftsstørrelse er svært viktig for produktivitet

Stordriftsfordeler er en viktig faktor for å forklare variasjoner i arbeidsproduktivitet på tvers av bedrifter, men med relativt store variasjoner i stordriftsfordeler mellom de ulike bransjene.

Det er knyttet stordriftsfordeler til bedriftenes anvendelse av arbeidskraft, kapitaltilgang, markedsføring, organisering og markedsrett. Store bedrifter har mulighet til å spesialisere arbeidsoppgaver knyttet til

administrasjon og ledelse, og dermed også mulighet til å tiltrekke seg attraktiv arbeidskraft med lengre utdanning og spisskompetanse på enkeltområder. Store bedrifter kan i større grad utvikle effektive arbeidsprosesser og overføre beste praksis internt i organisasjonen. Store bedrifter har enklere for å få tilgang på kapital og investeringer fra både eiere, banker og eksterne finansører, mens små bedrifter ofte vil lide under informasjonsskjevhet mellom bedriften og kapital-eierne, noe som både vanskeliggjør tilgangen på kapital og betingelsene knyttet til finansiering. Store bedrifter har også bedre forutsetninger for å investere i innovasjon, markedsarbeid og markedsføring.

” Store bedrifter har bedre forutsetninger for å investere i innovasjon, markedsarbeid og markedsføring.

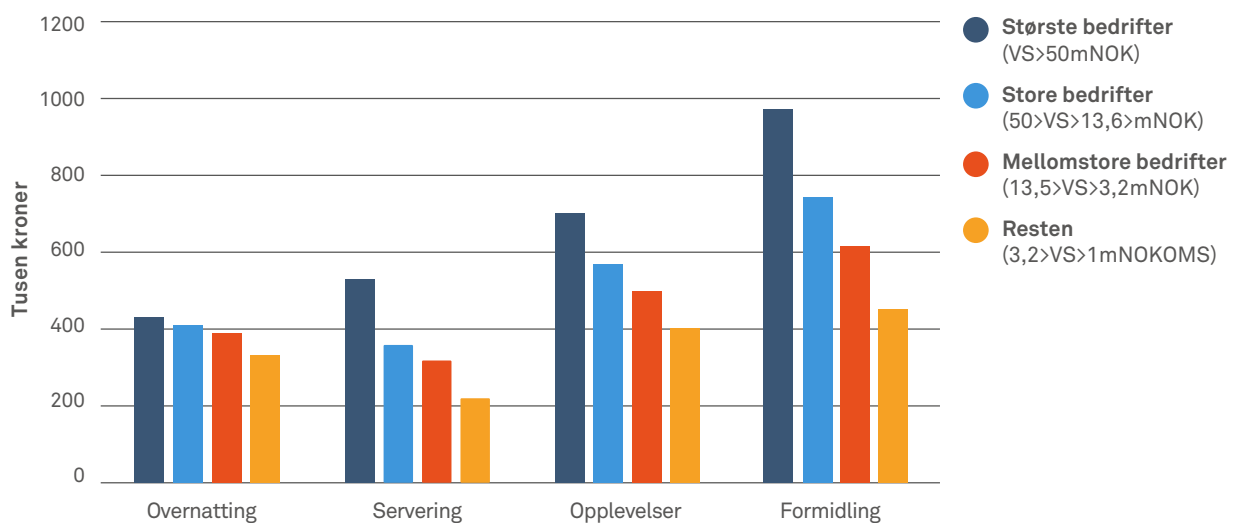
Muligheten til å utnytte markedsrett i produktmarkedet vil variere fra næring til næring og bransje til bransje. Innen reiseliv er konkurransen om turister og yrkesreisende ofte svært hard. Konkurransen om turismen er

internasjonal, og få hoteller, serveringssteder eller flyselskap er så dominerende i markedet at det klarer å sette prisene langt høyere enn kostnadene uten å bli straffet av konkurrenter.

Stordriftsfordelene er tilsynelatende mindre innen overnatting. Store hoteller har riktignok 27% høyere verdiskaping per ansatt enn små hoteller, men denne forskjellen skyldes ikke stordriftsfordeler i utnyttelse av arbeidskraften, *for store hoteller har like mange årsverk per rom som mindre hoteller*. Stordriftsfordelene knytter seg først og fremst til hotellenes *kapasitetsutnyttelse*, men også til en viss grad til de store hotellenes gjennom-snittlige rompriser.

Inntekt per disponibelt romdøgn (RevPAR) er høyere i de største hotellene, sammenlignet med små hoteller. Det skyldes at store hoteller har en bedre kapasitetsutnyttelse enn mindre hoteller. Kapasitetsutnyttelsen påvirkes igjen av sesongvariasjonene, hvor små hoteller har en sesongvariasjon (målt etter relativt standardavvik) som er fire ganger så sterk som sesongvariasjonene ved store hotell. At store hoteller i langt større grad lever av forretningsmarkedet bidrar til at man klare å holde trykket oppe hele året og får utnyttet hotellkapasiteten langt bedre.

Verdiskaping per ansatt etter bedriftsstørrelse



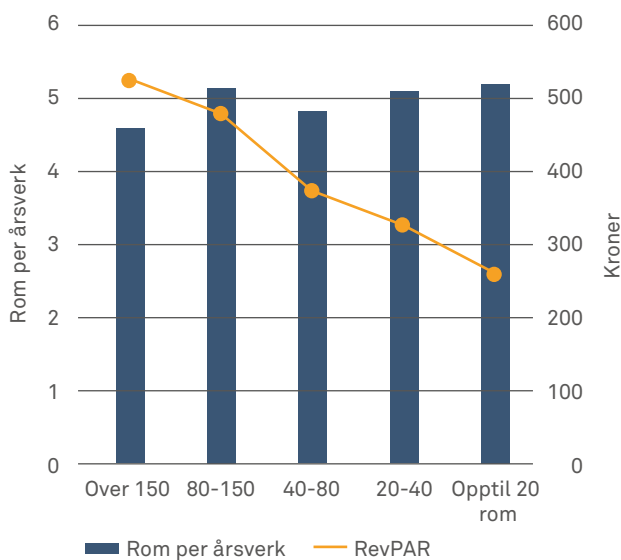
Hotellenes stordriftsfordeler varierer også med sentralitet. I de store byene har de små hotellene like høy kapasitetsutnyttelse som de store hotellene, på tross av de små hotellene har høyere sesongvariasjon (25 prosent høyere relativt standardavvik). De store hotellene i de store byene har imidlertid høyere rompriser og dermed også en 30 prosent høyere RevPAR enn de minste hotellene.

En interessant sammenheng er at jo mindre sentralt område hotellet ligger i, desto mindre skyldes stordriftsfordelene prisforskjeller og desto viktigere blir hotellets evne til å fylle kapasiteten. I de minst sentrale strøkene er romprisene omtrent like, mens kapasitetsutnyttelsen varierer stort, noe som blant annet skyldes at de største

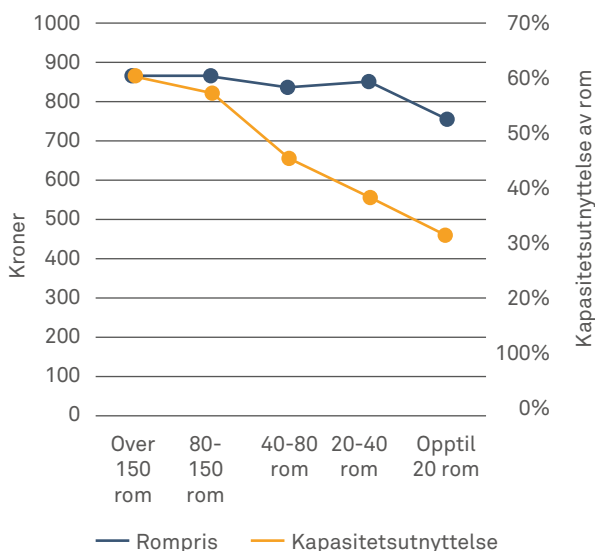
hotellene i lite sentrale strøk har mindre sesongvariasjoner enn de små hotellene. Likevel har de største hotellene i de minst sentrale strøkene over 50 prosent høyere sesongvariasjon enn de minste hotellene i storbyene.

Forskjellene i verdiskaping per ansatt er likevel mye mindre i overnatting enn i de øvrige reiselivsbransjene, noe som fremgår av figuren på side 8. Det skyldes at stordriftsfordeler også realiseres på konsernnivå i kjedene, ikke bare innenfor hvert enkelt overnattingssted. De viktigste kildene til stordriftsfordeler i kjedene er knyttet til IT, markedsføring og innkjøp. De siste årene har de store kjedene gjort store investeringer i IT-systemer for booking, kapasitetsstyring, prising og markedsføring.

Rom per årsverk og RevPAR i 2012



Rompris og kapasitetsutnyttelse i 2012

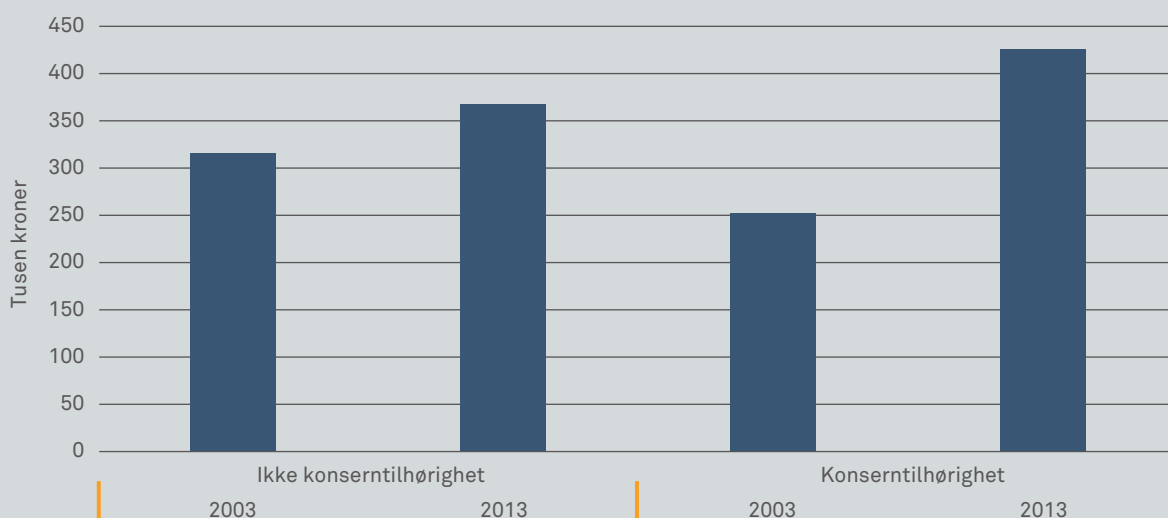


I 2003 var de store, kjedeløse hotellene landets mest produktive. Denne gruppen hoteller har imidlertid opplevd negativ produktivitetsutvikling de siste årene, mens kjedehoteller har lyktes i å øke produktiviteten. Veksten i arbeidsproduktivitet blant konsernhotellene har vært langt sterkere enn innen overnattingssteder utenfor konsern, uavhengig av bedriftsstørrelse. Aller sterkest

produktivitetsvekst finner vi i mellomstore kjedehoteller. Disse har trolig hatt sterkest gevinst av kjedetilhørigheten.

Fra 2003 til 2008 var produktivitetsveksten (fortsatt inkludert relative priser) sterkest, mens fra 2008 til 2013 avtok produktivitetsveksten både innen konsernhotellene og innen andre overnattingsbedrifter.

Bruttoprodukt per ansatt i hotellbransjen etter konserntilhørighet. Inflasjonsjustert. Kilde: Menon



Høyest produktivitet i store byer og i reiselivsklynger

Det er en U-formet sammenheng mellom produktivitet og hotellenes geografiske sentralitet. Arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen er høyest i storbyene og lavest i de mellomstore byer, for deretter å stige med fallende sentralitet.

Mønsteret med høy produktivitet i storbyene og lav produktivitet i mellomstore byer og høyere produktivitet i bygdesentra og periferien kan ha flere årsaker. Det er et generelt trekk i norsk næringsliv at de store byene står for et høyere bruttoprodukt per ansatt enn resten av landet. For de undersøkte reiselivsbransjene er det i storbyene

” Arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen er høyest i storbyene og lavest i de mellomstore byer, for deretter å stige med fallende sentralitet.

de største hotellene ligger, de mest kjente teatrene og museene, samt at det er langt større uteliv i form av restauranter, caféer og utesteder. Reiselivsnæringen lever i stor grad av lokal- og yrkesmarkedet, noe som innebærer at hoteller, kulturinstitusjoner og serveringssteder har etterspørsel hele året og dermed i større grad kan ansette arbeidskraften hele året, noe som er sentralt for intern kompetansebygging.

En viktig årsak til at produktivitet i reiselivet synes å øke fra mellomstore byer utover til periferien er at reiselivsnæringen blir viktigere og viktigere for næringslivets verdiskaping utover i periferien. I de minst sentrale

delene av landet finner vi også mange av de sterkeste reiselivsdestinasjonene i Norge. Disse destinasjonene kan betraktes som lokale næringsklynger, hvor reiselivsnæringen utgjør en stor andel av den samlede verdiskapingen i regionen. Disse reiselivsintensive klyngene er forbundet med høyere produktivitet. Høyere produktivitet er sannsynligvis knyttet til såkalte klyngemekanismer, drevet frem av felles marked for kompetent personell, vare- og tjenesteleverandørers spesialiseringsmuligheter, samt kunnskapspredning og innovasjon mellom bedriftene.

Vi finner også at produktivetsutviklingen i reiselivsnæringen henger sammen med produktivetsutviklingen i hele næringslivet i en kommune. En slik sammenheng kan skyldes at hele næringslivet, inkludert reiseliv, i kommuner med press i arbeidsmarkedet i større grad må møte produksjonsøkninger med produktivetsforbedringer. En annen forklaring kan være at dersom enkelte produktive næringer dominerer næringslivet lokalt, vil krysseierskap, kulturpåvirkning og profesjonalisering dra opp produktiviteten i andre næringer, inkludert reiselivet.

Utlendinger er viktig for lokalt arbeidstilbud, men kan virke dempende på lønnsveksten

Den sterke veksten i arbeidsinnvandring til Norge har ført til at antall sysselsatte innvandrere i Norge også har økt. Innvandrere som kommer til landet har lavere utdanningsnivå, svakere norskkunnskaper og mindre verifiserbar arbeidserfaring fra hjemlandet enn gjennomsnittet for norsk arbeidskraft. Slike egenskaper innebærer at innvandrerandelen øker mest i yrker hvor det både er mindre krav til formell kompetanse og hvor norskkunnskaper er mindre viktig. Innvandringen har bidratt til at andelen innvandrere i reiselivsbransjene overnatting og servering økte fra rundt 25 prosent i 2008 til i underkant av 40 prosent i 2014. Overnatting og servering er blant bransjene med høyest andeler innvandrere blant de ansatte i Norge. Bruken av innvandrerarbeidskraft i reiselivsnæringen

følger til dels den geografiske fordelingen av innvandrerbefolkningen i Norge. Det er høyere andel utlendinger ansatt i reiselivsnæringen i storbyene enn i mindre sentrale strøk. Innen overnatting er like i underkant av 50 prosent av arbeidskraften innvandret i storbyene, mot rundt 30 prosent i resten av landet. Det samme mønsteret finner vi igjen innen servering og transport.

Teorien tilsier at økt arbeidstilbud av innvandret arbeidskraft vil redusere lønnsnivået i ufaglærte yrker relativt til andre yrker over tid, mens antall arbeidsplasser innen ufaglærte yrker vil øke, noe som igjen vil trekke ned produktiviteten. Arbeidsmarkedet fungerer bare delvis som et uregulert marked hvor tilbud og etterspørsel



bestemmer lønn og kvantum. Lønnsdannelsen i Norge styres av kollektive lønnsforhandlinger hvor partene i arbeidslivet enes om tariffavtaler for hver enkelt yrkesgruppe.

At lønnsveksten innen hotell- og restaurantvirksomhet har vært svak etter at innvandringen tok til ved utvidelsen av arbeidsmarkedet i 2004, har motivert analyser av sammenhengen mellom andel innvandret arbeidskraft benyttet og produktivitets- og lønnsutvikling.

Våre undersøkelser viser at bransjene med sterkest økning i andel innvandrere er lavproduktive bransjer, men det synes ikke å være en enkel sammenheng mellom utlendingandel, lønn og produktivitet. Ser man næringen som helhet er det noe lavere produktivitet og lønn innen næringskodene med høyest utlendingandel. Ser man på en lineær regresjon mellom kommuner, viser det seg at kommuner med en høy andel utlendinger i arbeidsstyrken også har høyere produktivitet og et høyere lønnsnivå. Dette kan skyldes at utlendinger står for over tre fjerdedeler av veksten i arbeidstilbudet i ufaglærte yrker, og at arbeidsinnvandrere er en mer mobil arbeids-

kraft enn nordmenn. Arbeidsinnvandrere flytter i større grad til der det er arbeid og gode betingelser. Med andre ord er årsakssammenhengen mest sannsynlig slik at gode jobbmuligheter tiltrekker flere arbeidsinnvandrere, ikke at høy andel utenlandske ansatte generelt sett fører til økt produktivitet.

Ser man på endringer i produktivitet, lønnskostnader og driftsresultat innad i kommuner over tid viser våre resultater at det er forskjell mellom overnattings- og serveringsbransjene. Innen overnatting finner vi lignende resultater som i andre undersøkelser (Bratsberg & Raaum, 2013) og (Bjørnstad (red.), 2015). Økt innvandring synes å ha medført lavere lønnsnivå og produktivitet innen overnatting, slik man også skulle forvente gitt at det har vært et sterkt arbeidstilbudssjokk innen ufaglærte yrker. Innen servering er imidlertid resultatene motsatt. Økt utlendingandel er forbundet med høyere produktivitet og lønnsnivå. En mulig forklaring kan være at serveringsbedriftene ofte er eid og driftet av utlendinger selv og at økt etterspørsel vanskeligere kan møtes av skalert produksjon. I så fall vil økt etterspørsel lettere føre til høyere produktivitet og høyere lønn.

Produktivitet påvirkes av utdanningsnivå, turnover og deltidsarbeid

Utdanningsnivået innen reiseliv er generelt sett lavt, men med store variasjoner innad i næringen. Bedrifter innen formidling og opplevelser har det høyeste utdanningsnivået med rundt 35 prosent andel høyt utdannede blant arbeidskraften. 21 prosent arbeidstakerne innen overnatting og 15 prosent av arbeidstakerne innen servering og transport hadde høyere utdanning i 2012.

Utdannelse nevnes ofte som svært viktig for et lands økonomiske produktivitet og konkurranseevne. Vi har kartlagt hvorvidt arbeidskraftens utdanning korrelerer med bedriftenes produktivitet og finner at en høyere andel høyt utdannet arbeidskraft gir svakt økende verdiskaping per årsverk når man kontrollerer bedriftsstørrelse og detaljerte næringskoder. Lineær regresjon viser at en 10 prosent høyere andel utdannede henger sammen med 0,8 prosent høyere verdiskaping per årsverk, men det meste av denne effekten skyldes trolig økte lønnskostnader. Utdanningsnivået synes å ha lite å si for lønnsomheten, og vi finner heller ikke en signifikant sammenheng andel høyt utdannede og driftsmargin. Når vi ser nærmere på bransjene finner vi signifikant sammenheng mellom andel høyt utdannede og produktivitet innen overnattingsbransjen. Vi finner at dersom en overnattingsbedrift har 10 prosent flere høyt utdannede arbeidstakere vil bedriften ha 1,8 prosent høyere arbeidsproduktivitet. Dette kan tenkes å henge sammen med den digitale

«revolusjonen» som har funnet sted blant hotellene de siste årene. IT-systemer for kunderelasjoner, bookingsystemer, dynamisk prising og markedsføring, krever spesialisert kompetanse med høy utdanning.

Arbeidsgivers bruk av arbeidskraften kan også påvirke produktiviteten i bedriftene. Vi har sett nærmere på hvordan andelen nyansatte og andelen deltidsansatte henger sammen med bedriftenes produktivitet. Både bedriftenes turnover og bruk av deltidsansatte kan være gode indikatorer på arbeidskraftens erfaringsbaserte kompetanse i bedriften. Det er høyest turnover og bruk av deltidsarbeidskraft i mindre bedrifter, og deretter fallende turnover og deltid med bedriftsstørrelse. Serveringsnæringen har høyest turnover og størst bruk av deltid, etterfulgt av overnattingsbransjen. Minst turnover og deltidsarbeidskraft finner man innen formidling.

Vi finner en negativ korrelasjon mellom både høy turnover og bruk av deltidsansatte på bedriftenes produktivitet når man ser på næringen samlet. Et annet interessant funn er at andel deltidsansatte er positivt korrelert med høyere produktivitet for småbedrifter under fem ansatte. Det kan skyldes at mindre bedrifter trenger fleksibilitet, og deltidsansettelser tillater bedriftene å tilpasse driften etter variasjon i etterspørselen.

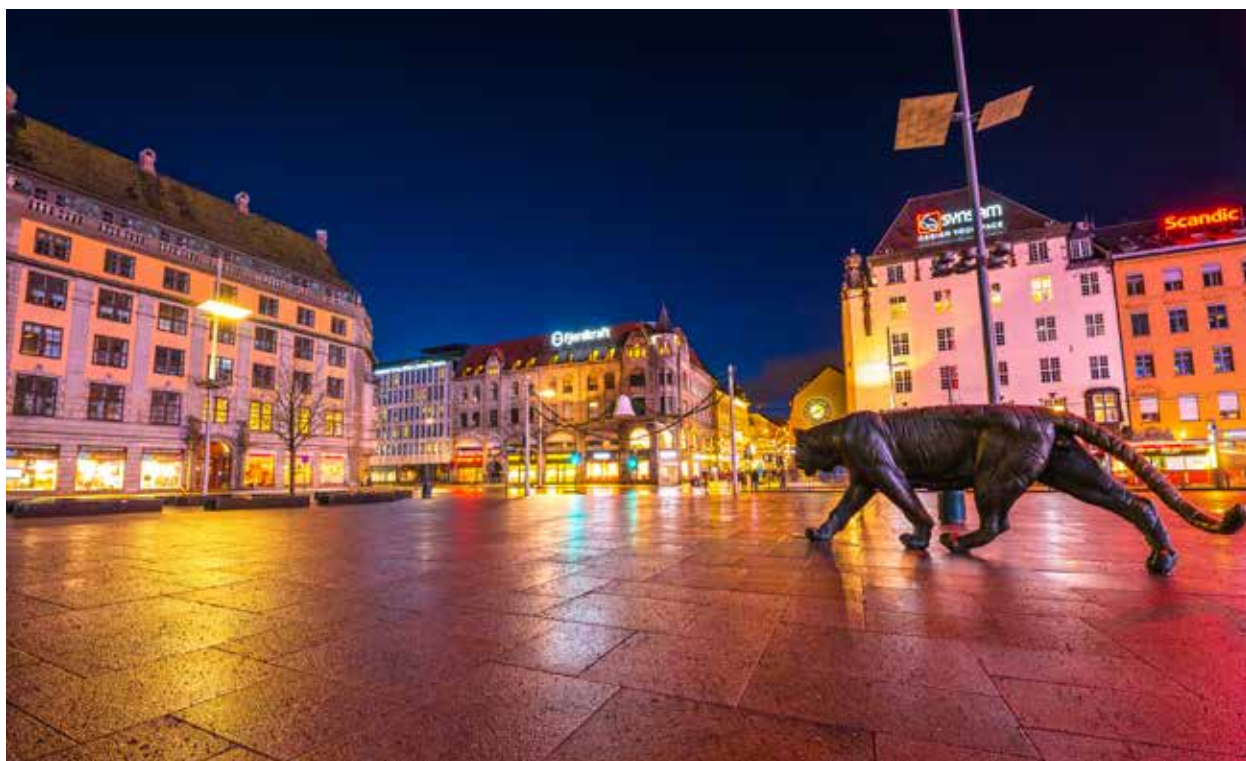
I Effekten av valutakurser på norsk reiseliv

Den norske reiselivsnæringen kan påvirke sin egne inntekter og lønnsomhet gjennom markedsføringssatsninger, produktivitetsforbedringer og spesialisering. Samtidig er det en rekke forhold som er utenfor bedriftenes kontroll. To av disse er svingninger i kronekursen og konjunktursituasjonen i utlandet. Vi har dokumentert at svingninger i kronekursen påvirker aktiviteten i overnattingsbransjen sterkt. Vi viser også at konjunktursituasjonen i utlandet påvirker solgte gjestedøgn i Norge. Våre resultater kan bidra til mer informerte beslutninger om når man bør satse på hvilke markeder og hvilke deler av næringen som er mest utsatt for valutakursrisiko.

Hovedresultatet i våre analyser er at en *persistente prosentvis endring i kronekursen kan forventes å føre til omtrent den samme prosentvis endringen i etterspørselen etter norske hotelltjenester om lag et halvt år etter*. Vi finner i tillegg at nordeuropeiske turister i mindre grad enn andre lar seg påvirke av svingninger i valutakursen. Våre resultater peker mot at dette også gjelder forretningsreisende. Dette impliserer at det kan være formålstjenlig å rette seg mer inn mot disse turistgruppene i tider med sterk kronekurs.

Videre finner vi at *endringer i konjunktursituasjonen i turistenes hjemland i sterk grad påvirker etterspørselen etter norske hotelltjenester*. Dette gjelder i enda sterkere grad for de billigste hotellene. Ved å holde et øye med konjunktursituasjonen i de viktigste norske turistmarkedene og kronekursen kan denne informasjonen potensielt bidra til bedre prognoser for etterspørselen til det enkelte hotell.

Resultatene er kommet fram til ved bruk robuste statistiske metoder, som tar høyde for sesongsvingninger og vedvarende forskjeller mellom turistgrupper fra forskjellige land. Analysene er gjennomført med basis i tall for solgte gjestedøgn til turister fra ti nasjoner over perioden 2007 til 2015. Hoteller er valgt fordi dette er den delen av reiselivsnæringen hvor vi har hatt best tilgang til aktivitetsdata på månedsbasis. Muligheten til å teste effektene av valutakursendringer blir da vesentlig sterkere. Det er imidlertid grunn til å tro at effektene vi finner i hotellene også gjelder for resten av reiselivsnæringen.







REISEPOL
COMPETITIVE ADVANTAGE 2025



CARLSON
REZIDOR
HOTEL GROUP

