

PRODUKTIVITET I NORSK REISELIV

Interne og eksterne stordriftsfordeler
gir produktivitetsvekst.



MENON
Business Economics





MENON-PUBLIKASJON
NR. 40/2015

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

LAYOUT /DESIGN
Kommunikasjonsbyrået Spring AS

FOTO
Shutterstock



› FORORD

Rapporten er en del av forskningsprosjektet «Reisepol», som er finansiert av Norges Forskningsråd, Forum for Reiseliv med partnere, til sammen 21 bedrifter og organisasjoner (inkludert NHO Reiseliv, LO og Innovasjon Norge). Reisepol er et brukerstyrt forskningsprosjekt som består av fem delprosjekter: WP¹1 Scenarioanalyse, WP2 Arbeidsproduktivitet, WP3 Innovasjon, WP4 Konkurransedyktige reisepakker og WP5 Return on marketing. Denne rapporten er skrevet innenfor WP2.

¹ WP: working package, dvs. arbeidspakke

INNHOOLD

Forord	3
Sammendrag	6
1. BAKGRUNN OG AVGRENSNING.....	17
1.1. Hvorfor produktivitet er viktig: Produktivitet, vekst og lønnsomhet	18
1.1.1. Hva er produktivitet?.....	18
1.1.2. Hva er produktivitetsvekst og innovasjon?.....	19
1.1.3. Hva er driverne bak produktivitetsvekst og -forskjeller?	20
1.1.4. Fordeling av produktivitetsgevinster	23
1.1.5. Produktivitet kan føre til økt bedriftslønnsomhet på kort sikt, og er svært viktig for samfunnsøkonomien på lang sikt	24
1.2. Hvordan måle produktivitet?.....	25
1.3. Definisjon og praktisk avgrensning av reiselivsnæringen	26
2. PRODUKTIVITETSUTVIKLINGEN INNEN REISELIVSNÆRINGEN	28
2.1. Reiselivet i lange linjer: Sterk verdiutvikling, svak volumutvikling.....	29
2.2. Reiseliv er lite produktiv sammenlignet med andre næringer i Norge	30
2.3. Svak produktivitsutvikling innen overnatting og servering, sterk innen reisebyråer og turoperatører	31
2.4. Relative prisendringer endrer bildet.....	32
2.5. Reiselivsbransjene: Arbeidsproduktivitet og totalfaktorproduktivitet	34
2.6. Produktivitet i hotellbransjen	37
3. REISELIVSNÆRINGENS PRODUKTIVITET I ET INTERNASJONALT PERSPEKTIV	39
3.1. Norsk overnattings- og serveringsbransje er relativt liten, men i vekst.....	40

3.2.	Høy arbeidsproduktivitet og god produktivitetsvekst i Norge sammenlignet med andre land	42
4.	SIZE MATTERS – STORE BEDRIFTER HAR HØYERE PRODUKTIVITET	46
4.1.	Betydelige stordriftsfordeler i opplevelser, servering og formidling	47
4.2.	Det er like mange rom per ansatt i store som i små hoteller.....	48
4.3.	Stordriftsfordeler innen overnatting utnyttes i hotellkonsernene	50
5.	EKSTERNE STORDRIFTSFORDELER – GEOGRAFI PÅVIRKER PRODUKTIVITET	52
5.1.	Reiselivet er mer produktivt i storbyene	52
5.2.	Klynger er forbundet med høyere produktivitet	54
5.3.	Lokal etterspørselsvekst og produktivitetsvekst henger tett sammen.....	56
5.4.	Lokal produktivitetsvekst i annet næringsliv korrelerer med produktivitetsvekst i reiselivet.....	58
6.	ARBEIDSKRAFT – VIKTIG KILDE TIL PRODUKTIVITETSFORSKJELLER.....	59
6.1.	Arbeidskraftens nasjonalitet	59
6.2.	Arbeidskraftens utdanningsnivå	66
6.3.	Turnover og deltidsarbeid.....	69
6.4.	Tabell med sammenhenger mellom produktivitet og arbeidskraftens egenskaper	70
7.	REFERANSER	72
8.	VEDLEGG	73
8.1.	Arbeidstakerdata: Deskriptiv statistikk	73



► SAMMENDRAG

Utnyttelse av interne og eksterne stordriftsfordeler gir produktivitetsvekst

Fremtidig produktivitetsvekst i reiselivsnæringen er avhengig av man legger til rette for utnyttelse av stordriftsfordeler både internt i bedrifter og eksternt mellom bedrifter. Dette innebærer at man satser på å øke turist- etterspørselen 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.

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 tjeneste-kjøp. 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, bookingløsninger og pakkettering, 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 lokalmarked 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 lokalmarkedet. I mindre byer og regioner er kundegrunnet 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 komple-

mentære 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 med i utgangspunktet lavere turistetterspørsel.

I kraftfulle reisemål som 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.

Reiselivets produktivitsutvikling

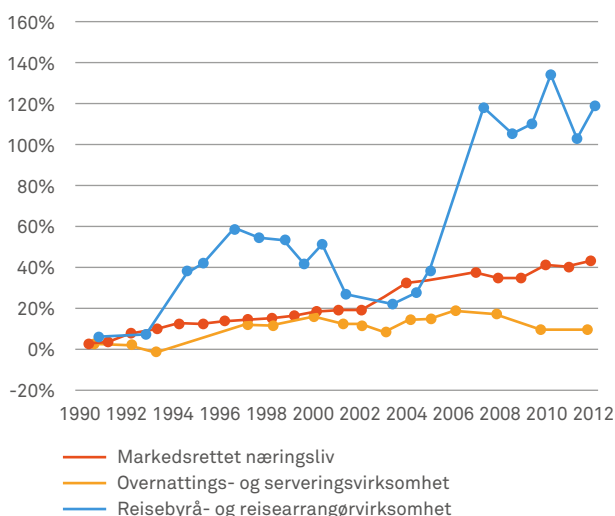
De lange linjene i nasjonalregnskapet fra 1970 til i dag viser at arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen (definert som overnatting, servering og reisebyrå- og –arrangører) karakteriseres av at:

- **Etterspørselen etter reiselivstjenester 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.

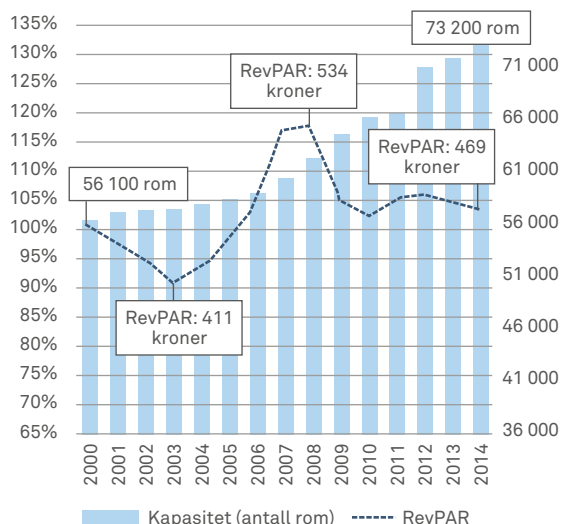
Reiselivsnæringen er en lavproduktiv næring. Overnatting- og serveringsbransjene har 45 prosent lavere verdiskaping per årsverk enn gjennomsnittet i norsk næringsliv. Bransjene benytter seg av lavutdannet og relativt lavtlønnet arbeidskraft i forhold til markedsrettet næringsliv ellers, noe som også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

Overnattings- og serveringsvirksomhet har hatt en svakere produktivitsvekst enn annet markedsrettet næringsliv, andre markedsrettede tjenester, samt industrien, særlig etter årtusenskiftet. Utviklingen skyldes flere forhold. Overnattings- og serveringsvirksomhet er arbeidsintensive tjenestebansjer 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

Arbeidsproduktivitetsutvikling
(i faste priser) relativt til 1990



Hotellspesifikke produktivitsindikatorer:
Kapasitetsutnyttelse, pris og RevPAR



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.

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 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

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

selv også tatt i bruk effektive IKT-løsninger og har kunnet rasjonalisere driften parallelt med den utfordrende 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 internasjonalt 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.

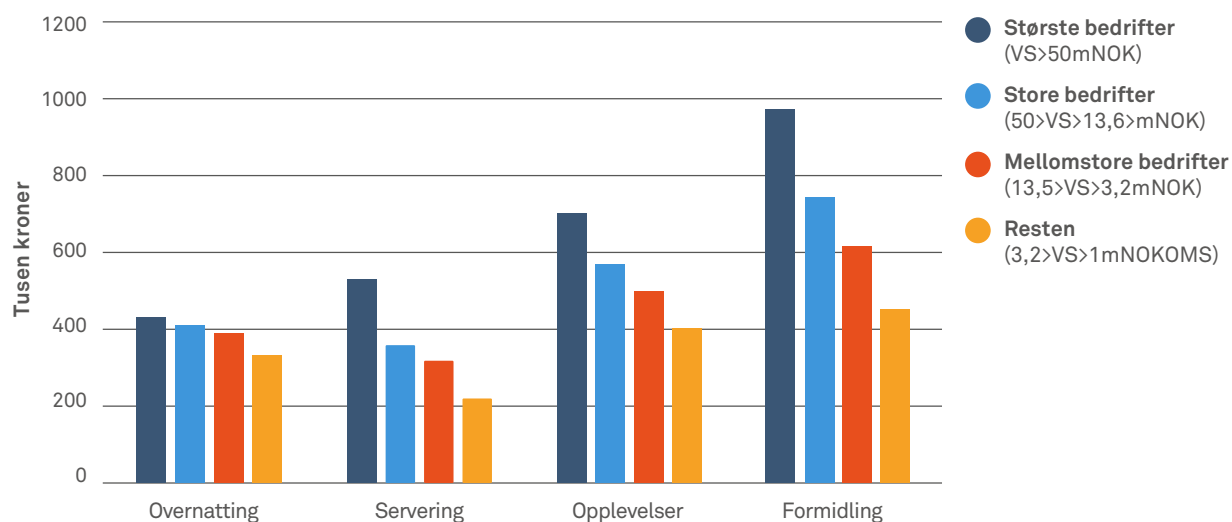
Bedriftsstørrelse er svært viktig for produktivitet

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

Verdiskaping per ansatt etter bedriftsstørrelse



har enklere for å få tilgang på kapital og investeringer fra både eiere, banker og eksterne finansiører, mens små bedrifter ofte vil lide under informasjonsskjevheter mellom bedriften og kapitaleierne, 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 til de store hotellenes gjennomsnittlige 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 lever i langt større grad av forretningsmarkedet bidrar til at man klare å holde trykket oppe hele året og får utnyttet hotellkapasiteten langt bedre.

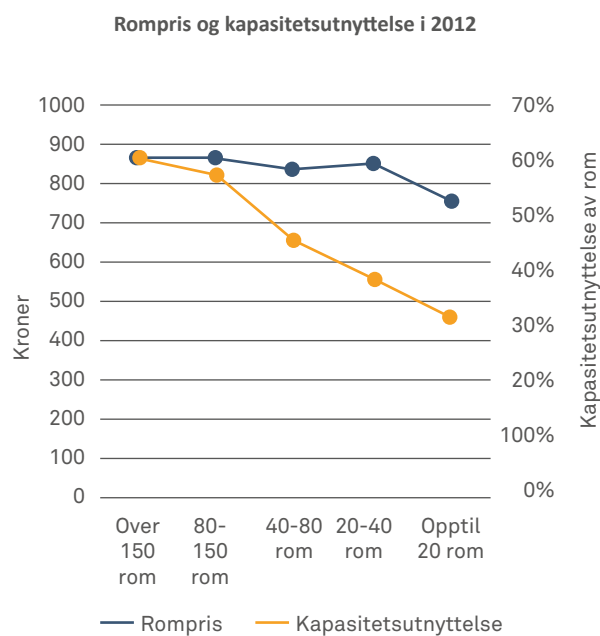
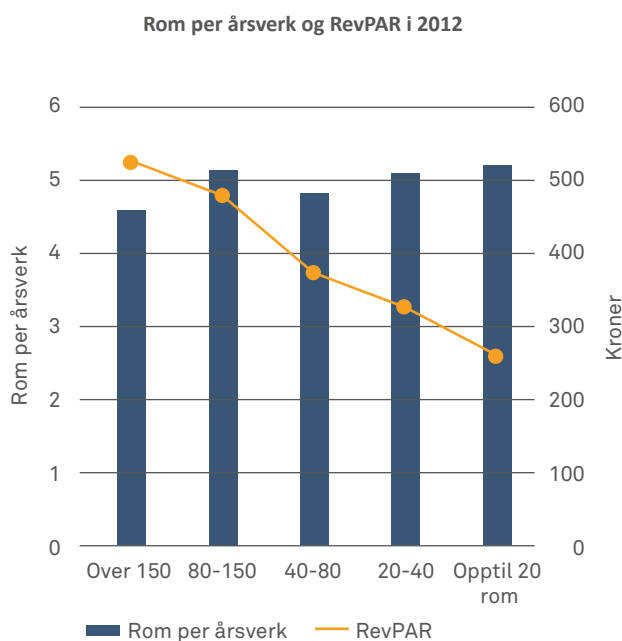
Hotellenes stordriftsfordeler varierer også med sentralitet. I de store byene har de små hotellene like høy kapasitetsutnyttelse som de store hotellene, på tross av de små hotellene har høyere sesongvariasjon (25 prosent høyere

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 10. 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



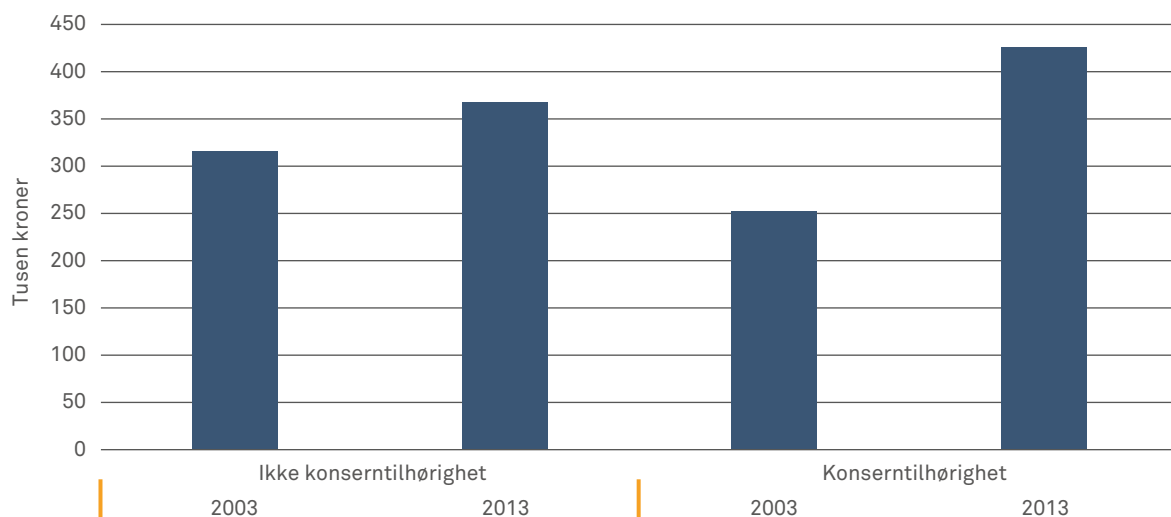
kjedene gjort store investeringer i IT-systemer for booking, kapasitetsstyring, prising og markedsføring.

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 konsern-hotellene 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 hotellenenes 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 de største hotellene ligger, de mest kjente teatrene og museene, samt at det er langt større uteliv i form av restauranter, cafeer 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 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 reise-

livsnæringen 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 produktivitetsutviklingen i reiselivsnæringen henger sammen med produktivitetsutviklingen 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 produktivitetsforbedringer. En annen forklaring kan være at derom 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 verifiser-

bar arbeidserfaring fra hjemlandet enn gjennomsnittet for norsk arbeidskraft. Slike egenskaper innebærer at innvanderandelen øker mest i yrker hvor det både er mindre krav til formell kompetanse og hvor norskkunn-

skaper 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.

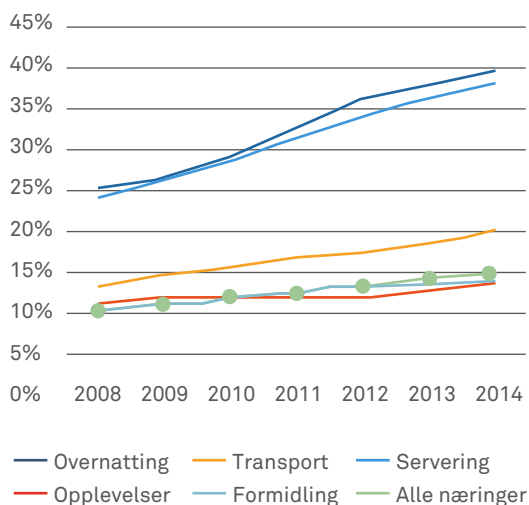
Teorien tilsier at økt arbeidstilbud av innvandret arbeidskraft vil redusere lønnsnivået i ufaglærte yrker relativt til andre yrker over tid, mens antall arbeidsplasser innen ufaglærte yrker vil øke, noe som igjen vil trekke ned produktiviteten. Arbeidsmarkedet fungerer bare delvis som et uregulert marked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

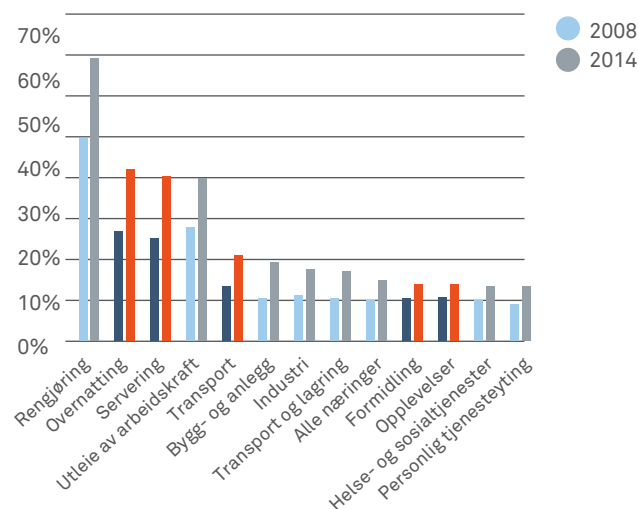
At lønnsveksten innen hotell- og restaurantvirksomhet har vært svak etter at innvandringen tok til ved utvidelsen av arbeidsmarkedet i 2004, har motivert analyser av sammenhengen mellom andel innvandret arbeidskraft benyttet og produktivets- og lønnsutvikling.

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 arbeidskraft 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

Vekst i andel utlendinger 2008 - 2014



Andel utlendinger i ulike næringer 2008 og 2014



” Teorien tilsier at økt arbeidstilbud av innvandret arbeidskraft vil redusere lønnsnivået i ufaglærte yrker relativt til andre yrker over tid.

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 lønns-

kostnader. 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.



1. BAKGRUNN OG AVGRENSNING



1. | Bakgrunn og avgrensning

Globalt er reiselivsnæringen en av de største og raskest voksende næringer. Veksten i Norge har imidlertid ikke vært like sterk, og Norges andel av det globale reiselivs-eksporten har gått fra 0,9 prosent i 1970 til 0,4 prosent i 2013. En viktig årsak til den langsiktige andelsnedgangen er at Norge i samme periode utviklet seg til å bli et av verdens rikeste land, noe som igjen har gitt et av verdens dyreste reiselivsprodukt. Til tross for økonomisk ustabile tider i mange europeiske land, har Norge fortsatt sin økonomiske vekst hovedsakelig på grunn av en stadig voksende olje-, gass- og leverandørindustri.

Sterk BNP-vekst kombinert med full sysselsetting har ledet til høy lønnsvekst. Reiselivsnæringen har, som arbeidsintensiv eksportnæring, lavproduktive arbeidsplasser med et tilhørende lavt lønnsnivå. Dermed har den særnorske økonomiske utviklingen gitt reiselivsbedrifter utfordringer knyttet til både internasjonal konkurranse om turistene og til konkurranse om arbeidskraften i Norge. I tillegg er Norge et egalitært land med mindre forskjeller mellom høyt- og lavtlønnede, slik at lønningene i serviceyrker er høyere enn i mange av våre konkurrerende markeder. I dobbel lønnskviss mellom internasjonal konkurranse i produktmarkedene og nasjonal konkurranse i faktormarkedene er løsningen for norsk reiselivsnæring å øke produktiviteten. Bedre og mer effektiv bruk av arbeidskraft og kapital kan gi reiselivsnæringen mulighet til å konkurrere internasjonalt på pris og samtidig drive lønnsomt. I denne repporen gjennomgås reiselivsnæringens langsiktige produktivitsutvikling sammenlignet med andre næringer i Norge og reiselivet i utvalgte referanseland. I tillegg gjennomgås sentrale sammenhenger mellom egenskaper ved bedrift, næring, bedriftenes omgivelser og næringens produktivitet.

1.1. | Hvorfor produktivitet er viktig: Produktivitet, vekst og lønnsomhet

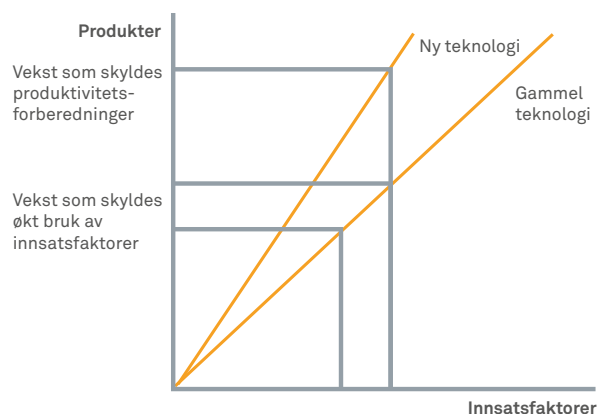
Sammenhengene mellom produktivitet, vekst og lønnsomhet er viktig fra både et bedrifts- og et samfunnsøkonomisk perspektiv. Produktivitet er forholdet mellom hvor mye innsatsvarer bedrifter og samfunn behøver for å

produsere et visst kvantum av ferdigvarer. Lykkes bedrifter med å øke produktiviteten uten at kundenes opplevde kvalitet svekkes og prisene holder seg stabilt, vil det slå rett inn på bunnlinjen i form av økt lønnsomhet. Vekst i produktiviteten innebærer økt effektivitet i bedriftene og økonomisk vekst for samfunnet. I dette delkapittelet vil sammenhengene først belyses fra bedriftsperspektivet på kort sikt, og så fra et samfunnsøkonomisk perspektiv på lang sikt.

1.1.1. | Hva er produktivitet?

I figuren under er forholdet mellom innsatsfaktorer, produksjon og ferdigvarer illustrert. Figuren viser at et skift fra en gammel produksjonsteknologi til en ny og forbedret produksjonsteknologi vil føre til en vekst i produksjon som både skyldes økt bruk av innsatsfaktorer og bedret produktivitet.

Figur 1 – Illustrasjon av effekten av forbedret produksjonsteknologi



Produktivitet er altså forholdet mellom innsatsfaktorer som anvendes i produksjon og produktet som er resultatet av produksjonsprosessen.

I utgangspunktet er produktivetsbegrepet konkret, man benytter et visst antall innsatsfaktorer i en produksjonsprosess som resulterer i et visst kvantum av en ferdigvare. Slik sett er produktivitet et rent kvantitativt mål, og beregnes ved å telle antall innsatsvarer i forhold til antall

² Begrepet produksjon blir i rapporten brukt som en samlebetegnelse på alle aktiviteter som inngår i bedrifters verdiskapingsprosesser; fra innkjøp, produksjon, markedsføring, distribusjon, kundedbetjening osv.

ferdigvarer. For tjeneste- og opplevelsesproduksjon er begrepet vanskeligere å tolke, fordi det er vanskeligere å si hva som er produktenheten innen tjenester og det er vanskeligere å skille kvantumsutvikling, prisutvikling og kvalitetsforbedringer fra hverandre.

Bedriftene i reiselivsnæringen er tjenesteprodusenter. Tjenesteproduksjon er vanskeligere å standardisere enn vareproduksjon, og det er vanskeligere å isolere egenkapene som skaper merverdi for kjøper. Overordnet kan man si at verdier innenfor reiseliv skapes ved å stimulere kunders følelser, sanser og åndelige opplevelser. Den viktigste innsatsfaktoren er arbeidskraften. Reiselivsnæringen er en arbeidsintensiv næring hvor lønns-kostnader utgjør en høy andel av både omsetning og verdiskaping, til tross for at lønnsnivået er lav sammenlignet med de fleste andre næringer i Norge.

For å måle standard arbeidsproduktivitet må man isolere kvantumsutviklingen. Man isolerer kvantumsveksten innen tjenesteproduksjon (og vareproduksjon) ved å trekke prisveksten fra produksjonsveksten, med andre ord fra veksten i bedriftenes salgsinntekter. Problemet er at prisene innen tjenesteproduksjon avhenger av kvaliteten på tjenestene som produseres. I motsetning til vareproduksjon, hvor man kan sette objektive kriterier for hva som er kvalitetsforbedringer, er det problematisk å skille mellom hvor stor del av prisveksten som skyldes kvalitetsforbedringer (og dermed skal regnes som produktivitet) og hva bare er generell prisøkning. I de fleste produksjonsprosesser endres både kvaliteten på innsatsfaktorene og kvaliteten på produktet mer eller mindre kontinuerlig, og det er svært vanskelig å kontrollere for disse endringene. I prinsippet skal prisveksten justeres for kvalitetshevinger på produktet slik at man kan måle produktivitet etter følgende sammenheng:

$$\text{Total produktivitet} = \frac{\text{Produktets kvalitet og kvantum}}{(\text{Innsatsfaktorenes kvalitet og kvantum})}$$

En endring i produktivitet kan dermed også følge av en endring i produktets kvalitet, alt annet holdt likt. I realiteten kamufleres sannsynligvis en stor del av kvalitetsforbedringene innen tjenester ved at man

justerer produksjonen for prisutviklingen uten å tilstrekkelig kontrollere for kvalitet.

1.1.2. | Hva er produktivitetsvekst og innovasjon?

Produktiviteten i reiselivsnæringen drives altså av kvantum og kvaliteten på overnattings-, serverings-, kultur-, transport- og formidlingstjenester per innsatsfaktor (innsatsvarer og -tjenester, arbeidskraft og kapital). Reiselivsnæringens evne til å omgjøre finansielle ressurser og arbeidstimer til høyest mulig produksjon av tjenester med best mulig kvalitet vil avgjøre næringens produktivitet. Reiselivsbedrifters produktivitet avhenger altså av best mulig tilpasning av tjenestene etter kundenes behov, i hvor stor grad man klarer å skape nye opplevelser, samt evnen og mulighetene til å industrialisere og kostnadseffektivisere produksjonen av tjenestene. Målt produktivitet vil også påvirkes av bedriftenes markedsmakt i både produkt- og faktormarkeder.

Produktivitetsforbedringer påvirkes av bedriftenes innovasjon. Begrepet innovasjon betegner situasjonen der et en ny vare, tjeneste eller arbeidsprosess blir introdusert, eller at en etablert tilstand eller gjenstand blir endret (Vatne, 2012). Innovasjoner blir ofte inndelt i radikale innovasjoner, som beskriver tilfeller hvor det er innført helt nye varer, tjenester eller prosesser i en virksomhet, og inkrementelle (stegvise) innovasjoner som beskriver tilfeller hvor allerede etablerte varer, tjenester eller prosesser endres.

Innovasjoner kategoriseres ofte i produkt- og prosessinnovasjoner.³ Produktinnovasjon er en vare eller tjeneste som enten er ny eller vesentlig forbedret med hensyn til dens egenskaper, tekniske spesifikasjoner, innebygd software eller andre immaterielle komponenter eller brukervennlighet. Prosessinnovasjon omfatter nye eller vesentlig forbedrede produksjonsteknologi/- metoder og nye eller vesentlige forbedrede metoder for levering av varer og tjenester.

Reiselivsbransjene er tjenesteprodusenter. Skillet mellom tjenester og varer knyttes til hvor håndfast en leveranse

³ Innovasjon deles ofte også inn i organisatorisk innovasjon og markedsrettet innovasjon, men disse kategoriene kan samtidig ses på som underkategorier av prosessinnovasjon. I denne rapporten deler innovasjon kun inn i produkt- og prosessinnovasjon.

er; en tjeneste er primært en endring av et fysisk objekt, eller en tilstand til en person. Tjenesteprodusentene bidrar altså til å endre en vare eller en persons kjennetegn og egenskaper (Hill, 1977). Tjenester er immaterielle, ofte unike for hver kunde, ikke delelig, har begrenset lagringstid og vanskelig å knytte eiendomsrett til (Grünfeld, Bugge, & Kaloudis, 2010). Reiselivsnæringen selger ofte opplevelser til kunden, og opplevelsen er ment å påvirke personen som kjøper opplevelsestjenesten. Etter kunden har kjøpt en tjeneste som en for eksempel en guidet byvandring eller en transporttjeneste, kan ikke kunden ta med seg tjenesten hjem, tjenesten kan ikke deles med andre, og tjenesten kan ikke selges videre.

Innovasjon i tjenester skiller seg til en viss grad fra innovasjon i varer. Innovasjon i tjenester involverer i større grad konsumenten som medspiller i innovasjonsprosessen, mens konsumenten har en mer passiv rolle innen vareinnovasjon. I tjenesteinnovasjoner er konsumenten med å definere og utvikle tjenesten og bidrar til forståelsen av hva tjenesten skaper av verdi i kommunikasjon med produsenten (Grünfeld, Bugge, & Kaloudis, 2010). Nye eller endrede tjenester utvikles ofte i kontakt med kunden, og innebærer at den innoverende bedriften må tilpasse større deler av produksjonen og organisasjonen til de nye tjenestene. Innen vareinnovasjon vil innovasjonsarbeidet gjerne plasseres i egne FOU-avdelinger, uavhengig av den daglige kontakten med kunden, og produksjonen og organisasjonen trenger nødvendigvis ikke å påvirkes av innføringen av nye eller endrede varer. At kundekontakt er viktig for innovasjon hos tjenesteprodusenter som reiselivsnæringen innebærer også at de fleste innovasjonene er inkrementelle; stadige tilbakemeldinger fra kundene gir mange små, stegvise forbedringer av reiselivstjenestene.

Vatne (2012) nevner fire ulike impulser til inkrementell innovasjon blant tjenesteleverandører. En første kilde til inkrementell innovasjon, og nevnt allerede, er tilførsel av erfaringsbasert kunnskap fra brukere av produktet. En annen kilde er informasjon om nye produksjonsmetoder eller materialbruk fra underleverandører og grossister. En tredje kilde til inkrementell innovasjon er bedrifters observasjon av «beste praksis» blant konkurrenter. Fjerde kilde er bedriftenes tilegnelse av kunnskap om innovasjonsprosesser fra en innleide konsulenter.

Reiselivsnæringen er en arbeidsintensiv næring med et lavt utdanningsnivå, noe som bidrar til at forsknings- og kunnskapstunge innovasjonsprosesser er av en sjeldenhet. Radikal innovasjon er derfor et uvanlig fenomen i næringen, og er ofte forbundet med forskningsbasert tilnærming til kunnskapsutvikling, patentering av teknologi samt utvikling av helt nye forretningsmodeller (Vatne, 2012). I neste delkapittel følger en gjennomgang av forskning på produktivitetsforskjeller mellom bedrifter og næringer.

1.1.3. | Hva er driverne bak produktivitetsvekst og -forskjeller?

Økonomer har over lang tid observert at det er store og vedvarende forskjeller i produktivitetsnivået og vekst mellom bedrifter og næringer (Syverson, 2004). Forskjellene har bidratt til utallige forskningsarbeid innen økonomisk-teoretiske fagretninger som makroøkonomi, industriell organisering, arbeidskraftforskning og handelsteori. Under følger en kort oversikt over forskning på produktivitetsforskjeller først og fremst basert på Syverson (2011), men også Vatne (2012) og Grünfeld m.fl. (2010).

Man kan dele forskningslitteraturen om driverne bak produktivitetsforskjeller inn i forskning som omhandler henholdsvis bedriftsinterne og bedriftseksterne produktivitetsdrivere (Syverson, 2011). Bedriftsintern forskning er forskning på temaer som ledelsesutøvelse, betydningen av kvaliteten på innsatsfaktorer, betydningen av IKT og forskning, erfaringsbasert læring, organisasjonsstruktur og produktinnovasjon. Forskning på bedriftseksterne produktivitetsdrivere er blant annet forskning på delingseffekters påvirkning på bedriftenes produktivitet, konkurranse, handel og eksport, regulerings rolle og fleksibilitet i faktormarkedene.

Ledelseskvalitet

Ifølge Syverson (2011) er det mye spekulasjon og lite kvantitativ forskning knyttet til bedriftsleders påvirkning av produktivitet. På grunn store målevanskeligheter knyttet til ledes personlige egenskaper, arbeidsmetode, tidsallokering og så videre, har det vært vanskelig å kunne si noe sikkert om hvilke type lederegenskaper og ledelsesstil som påvirker bedrifters produktivitet positivt.

De siste 10 årene har imidlertid et internasjonalt team av forskere bygget opp World Management Database⁴, en database med kvantitative data på lederes og entreprenørers ferdigheter på tvers av bedrifter, næringer og land. Bloom & Van Reenen (2007) bruker databasen til å dokumentere at ledelse av høy kvalitet er korrelert med bedriftsresultater som høyere salg, økt produktivitet, kapitalrentabilitet og overlevelse, på tvers av land. I Bloom m.fl. (2014) undersøkes store observerte produktivitetsforskjeller mellom land, og man anslår at 25 prosent av produktivitetsforskjellene mellom USA (mest produktiv) og andre land skyldes ulikheter i ledelseskvalitet. Dette tallet varierer mellom 50 prosent av forskjellen mellom USA og søreuropeiske land og 10 prosent av forskjellen mellom USA og Sverige og Tyskland. I tillegg finner man at en tredjedel av produktivitetsforskjellene innad i USA og Storbritannia skyldes kvalitetsforskjeller innen ledelse.

Kvalitet på arbeidskraft og kapital

En annen kilde til produktivitetsvekst og –forskjeller kan skyldes kvalitetsforskjeller i innsatsfaktorene arbeidskraft og kapital som ikke fanges opp av standard produktivitetsmål. Forskning på humankapital er et enormt fylldig forskningsområde. Blant annet viser analyser på individnivå at produktivitet øker med utdanning og alder (Ilmakunnas & Maliranta, 2004). Samtidig viser Fox & Smeets (2011) at forskjeller knyttet til bruken av arbeidskraft kun forklarer en liten andel av produktivitetsvariasjonene mellom bedrifter, og at denne lille variasjonen forklares godt av forskjeller i lønnsinntekter mellom arbeiderne. Resultatet tyder på at arbeidernes marginalproduktivitet generelt reflekteres godt i tilhørende lønnsnivå, og dermed har lite å si for bedriftslønnsomhet. Kapitalkvalitet kan også variere uten at dette fanges opp av ordinære målemetoder. Flere studier viser at dersom kvaliteten på den fysiske kapitalen blir bedre for hvert år vil deler av bedriftenes produktivitetsvekst kunne forklares av investeringer alene (Syverson, 2011).

Forskning og erfaringsbasert læring

Det har vært gjort mye forskning for å knytte FOU-satning til bedriftsproduktivitet, hvor den senere utviklingen tar for seg sammenhengen på mikronivå innad i bedrifter (Syverson, 2011). Doraszelski & Jaumandreu (2013) viser, ved å benytte et panel av 1800 spanske industribedrifter

på 90-tallet, at forskjeller i nivå på utgifter til FOU har stor betydning på forskjeller i nivå på produktivitet. Samtidig viser deres studie at avkastningen FOU-investeringer er forbundet med stor usikkerhet. Tjenesteprodusenter som reiselivsnæringen har som regel en annen tilnærming til produkt- og prosessinnovering enn vareprodusenter; de fleste innovasjoner er av inkrementell art, og erfaringsbasert læring er gjerne viktigere enn forskningsbasert læring. Benkard (2000) studerer arbeidstidene Lockheed trengte for å sette sammen sitt «TriStar widebody»-fly. Det første flyet innebar mer enn million arbeidstimer, noe som ble halvert til det trettiende flyet, og halvert igjen etter hundre produserte fly. Benkard estimerer både læreraten og «glemmeraten» (hvor mye kunnskapskapitalen depresierer hvert år). Nesten 40 prosent av kunnskapskapitalen depresierer hvert år, noe som ikke bare skyldes glemsel, men også utskiftning av arbeidsstyrken (Syverson, 2011).

Produktinnovasjon

Produktinnovasjoner kan både resultere i økt solgt kvantum og høyere pris på en vare eller tjeneste, og både økt kvantum solgt og høyere pris på produktet vil kunne føre til økt produktivitet i bedrifter. Økt kvantum solgt vil føre til produktivitetsvekst dersom det er stordriftsfordeler knyttet til produksjonen og man derfor trenger færre innsatsvarer for å produsere hver vare. Økt pris kan slå ut som økt produktivitet siden produktivitetmålene beregnes ved å kontrollere for gjennomsnittlig prisutvikling i næringer. Dersom en bedrift på bakgrunn av kvalitetsforbedringer, kan øke prisen mer enn konkurrentene vil bedriften øke inntjeningen per innsatsfaktor benyttet i produksjonen og produktiviteten vil øke.

Lentz & Mortenson (2008) bruker danske bedriftsdata for å undersøke sammenhengen mellom produktutvikling og produktivitetsvekst. De finner at 75 prosent av den totale produktivitetsveksten skyldes omfordeling av innsatsfaktorer. Av denne omfordelingen kommer en tredjedel fra oppstart og nedleggelser av bedrifter, mens to tredjedeler skyldes at mer produktive og produktinnoverende bedrifter tiltrekker seg innsatsfaktorene. Balasubramanian & Sivadasan (2011) har koblet sammen data på bedrifters patentering og produksjon, og finner at innvilgede patenter er forbundet med økninger i bedriftsstørrelse, antall produkter selskapet selger og totalfaktorproduktivitet.

4 Forskere knyttet til Stanford University, Oxford University, London School of Economics og Harvard Business School.

Produktivitetsspredning mellom bedrifter

Bedrifters produktivitet både avhenger av interne påvirkbare faktorer som ledelse, forskning og innovasjon og bruk av innsatsfaktorer, men også eksterne faktorer knyttet til bedriftenes miljø. Bedrifter påvirker hverandres produktivitet gjennom ulike kanaler. Økt tetthet av bedrifter innenfor samme næring i samme geografiske område vil gjerne ha positive produktivitetsvirkninger gjennom at bedrifter bruker samme type underleverandører og arbeidskraft, samt deler informasjon og kunnskap.

Det er flere empiriske studier som fokuserer på hvordan spredning av kunnskap mellom bedrifter påvirker produktivitet. Griffith, Harrison & Von Reenen (2006) viser at en bedrifts geografiske plassering påvirker FOU-investeringer. Ved bruk av patentdata på bedriftsnivå viser de at britiske selskaper med FOU-avdelinger i USA har en høyere produktivitetsvekst. Veksten er korrelert med produktivitetsveksten i den amerikanske næringen bedriften opererer. Bloom, Schankerman, & Van Reenen (2007) viser at kunnskapsspredning både kan komme alle til gode i form av økt produktivitet, men at kunnskaps-spredning samtidig kan føre til stjeling av markedsandeler og verdikaping fra utviklingsbedriftene.

Bartelsman, Haltiwanger, & Scarpetta (2009) finner, ved bruk av mikrodata fra ulike land, at bedrifters produktivitet konvergerer raskere mot den ledende bedriften i hjemlandet sin produktivitet enn den globalt ledende bedriften. Et annet resultat er at dersom bedriftens produktivitet faller for langt bak den globalt mest produktive bedriften vil bedriften ikke lenger konvergere mot dennes produktivitet, mens bedriften alltid vil konvergerer mot den nasjonalt mest produktive bedriften uansett hvor stor forskjell det er mellom disse. Resultatene tyder på at det skjer en viss spredning av produktivitet mellom bedriftene nasjonalt, mens det er mindre spredning internasjonalt.

Konkurranse og handel

Konkurranse mellom bedrifter fører til produktivitets- endringer gjennom to ulike mekanismer. For det første fører konkurranse mellom bedrifter med forskjellige produktivitetsnivå til at enkelte bedrifter går konkurs, mens andre bedrifter vinner markedsandeler, altså markedet selekterer de mest produktive bedriftene.

For det andre fører økt konkurranse til at bedrifter må gjennomføre produktivitetsfremmende tiltak som man ikke nødvendigvis ville gjennomført dersom det var mindre konkurranse. Bedrifter i sterk konkurranse må hele tiden sørge for gode produkter og kostnadseffektiv produksjon av disse.

Syverson (2004) viser at konkurranse innen betong- produksjon i USA påvirker seleksjon og produktivitet. I områder med sterkere konkurranse i betongmarkedet har bedrifter med minst produktivitet høyere produktivitet enn i områder med mindre konkurranse. Dette skyldes at lavproduktive bedrifter ikke overlever i markeder med sterk konkurranse. Gjennomsnittsproduktiviteten blant betongprodusentene er også høyere i områder med sterk konkurranse.

Bloom, Draca, & Van Reenen (2011) studerer hvordan kinesisk konkurranse har påvirket produktivitet og innovasjon i tolv europeiske land i perioden 1996 til 2007. En del bedrifter, og da særlig lite teknologi-intensive bedrifter, ble mindre og forsvant, mens en del andre bedrifter innoverte. Sistnevnte gruppe økte antall patenter, FOU- investeringer og bruk av IT, og totalfaktorprodukti- viteten i økte som følge. Den kinesiske konkurransen førte dermed til økt europeisk produktivitet både gjennom seleksjon og bedriftsinterne produktivitetsforbedringer.

Ifølge (Syverson, 2011) er det sterk korrelasjon mellom bedrifters eksport og produktivitet. Korrelasjonen er også nylig kartlagt i Menons rapport «Eksport fra norske regioner» (Svane Mellbye, Amble, & Fjose, 2015). Syverson (2011) slår fast at de fleste eksportbedrifter er mer produktive på det tidspunkt bedriftene begynner å eksportere, mens bedrifter i mindre grad blir produktive av å eksportere. Det finnes likevel enkeltstudier som viser at eksportbedrifter også kan bli mer produktive på grunn av eksporten (De Loecker, 2007).

1.1.4. | Fordeling av produktivitetsgevinster

Når man skal undersøke sammenhengen mellom produktivitetsendringer, vekst og lønnsomhet må man i tillegg ta høyde for at produktivitetsendringer fordeles mellom flere aktører. For å måle fordelingen av produktivitetsveksten må man også studere endringene i pris på produktet og innsatsfaktorene. Produktivitetsforbedringer fordeles først mellom det som benevnes som konsument- og produsentoverskudd. Konsumentoverskudd er nytteoverskuddet for konsumenten som oppstår når den summen en person er villig til å betale for en viss mengde av et gode er større enn den sum han faktisk betaler. Produsentoverskuddet er prisen en produsent får for et gode, minus alternativkostnadene ved å produsere godet. For illustrasjon av konsument- og produsentoverskudd, se figuren under.

Den grå trekanten er konsumentoverskuddet, mens den blå trekanten er produsentoverskuddet. I figuren til høyre innføres en ny produksjonsteknologi, med andre ord en prosessinnovasjon, som øker både konsument- og produsentoverskuddet.⁵ En produktivitetsendring fører både til høyere nytte for konsumenten og til større inntekter for produsenten^{6/7}.

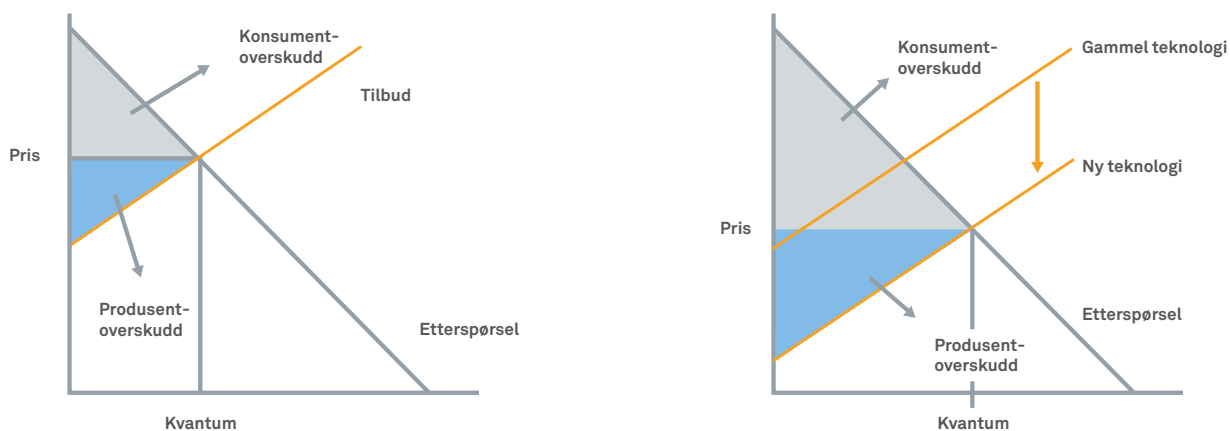
Produktivitetsforbedringer i form av billigere produksjon vil øke solgt kvantum og redusere den relative prisen

på ferdigvaren. I tilfellet der produktivitetsforbedringen følger av bedret kvalitet på produktet, vil etterspørselskurven skifte utover i stedet for at tilbudskurven skifter nedover. Denne type innovasjoner betegnes altså som produktinnovasjoner og fører til at både solgt kvantum og varens relative pris øker, ceteris paribus.

Når man vurderer innovasjoners virkning på økonomien gjennom produktivitetsforbedringer vurderes kun effektene på produsentsiden. Siden konsumentoverskuddet er ikke tallfestet i bedriftsregnskap og nasjonalregnskap fanges ikke konsumentoverskuddseffektene av innovasjon opp i produktivitetsmål. Produsentoverskuddet fordeles på sin side mellom kapitaleiere, arbeidstakere og underleverandører.

Produsentoverskuddet som følger av en produktivitetsforbedring vil fordeles mellom innsatsfaktorene benyttet i produksjonen. På kort sikt vil produsentoverskuddet føre til økt lønnsomhet for eierne, altså en bedret avlønning av kapitalinnsatsen i produksjonen. Økt lønnsomhet vil bedre produsentens evne til å konkurrere om arbeidskraft og innsatsvarer i forhold til andre produsenter og på litt lengre sikt vil derfor den økte lønnsomheten føre til et høyere lønnsnivå og høyere priser på innsatsvarene. Fordelingen av «fruktene» av produktivitetsforbedringer mellom produsenter og konsumenter, eiere, arbeidstakere og underleverandører bestemmes av de rådende markedsforholdene i produkt-, arbeids- og kapitalmarkeder.

Figur 2: Økt produsent- og konsumentoverskudd av bedret produksjonsteknologi.



5 Begrepet produksjon blir i rapporten brukt som en samlebetegnelse på alle aktiviteter som inngår i bedrifters verdiskapingsprosesser; fra innkjøp, produksjon, markedsføring, distribusjon, kundebetjening osv. Det er pengene en produsent tjener på å selge en vare for en høyere pris enn det produsenten ville vært til å selge for.

6 Gjelder for normale goder. Et normalt gode betyr at etterspørselen etter godet øker når inntekten øker og etterspørselen faller når inntekten faller. Dette innebærer at etterspørselen etter godet er positivt inntektselastisk.

7 En produktivitetsforbedring vil føre til økt produsentoverskudd så lenge etterspørselen er elastisk. Ved inelastisk etterspørsel vil konsumentene få hele fordelene av økt produktivitet.

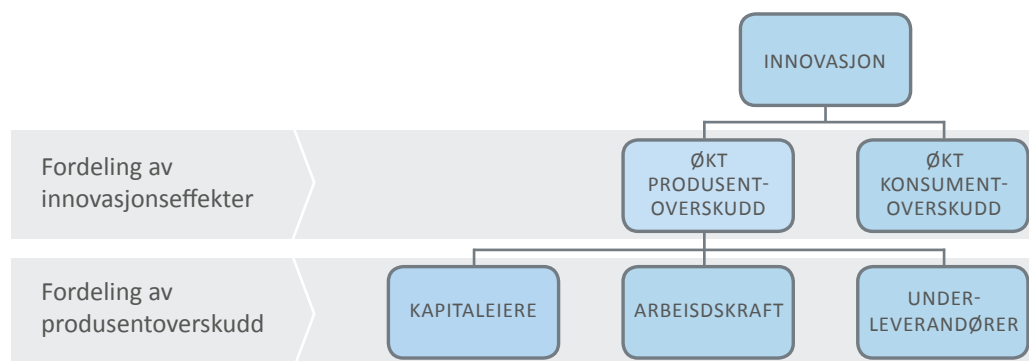
Dersom produsenten har stor markedsrett vil produktivetsforbedringen først og fremst øke produsentoverskuddet framfor konsumentoverskuddet, og dersom det er god tilgang på arbeidskraft vil fruktene av produktivetsveksten i større grad tilfalle kapitaleierne framfor arbeidskraften.

Forhandlingsmakten mellom arbeidskraft og kapital vil påvirkes av ulike faktorer. Forholdet mellom knapphet på produksjonsfaktorene vil være med å avgjøre om hvorvidt økte inntekter brukes til å avløne arbeidskraften eller kapitaleierne. Kilden til vekst kan også tenkes å påvirke fordelingen. Dersom arbeidstakerne i en bedrift besitter unik kunnskap av stor viktighet for innovasjon, vil

betydningen av å beholde denne arbeidskraften presse opp lønnsnivået. Dersom arbeidskraften imidlertid kan erstattes uten store konsekvenser for produktivitet, vil økte inntekter fra innovasjonsaktivitet gjerne tilfalle eiersiden. Et studie gjort på europeiske innovasjonsundersøkelser viser innovasjon fører til høyere lønnsvekst i næringer hvor en større andel av kostnadene er knyttet til innovasjon. Effekten tilegnes bruken av høyt utdannet arbeidskraft i disse næringene (Pianta & Tancioni, 2008).

Siden endringer av lønnskostnadene er mindre fleksibelt enn en endring av driftsresultatet vil gjerne kortsiktige produktivetsendringer føre til fluktuerende avlønning av kapitalen på kort sikt, mens lønnsnivået tilpasser seg på lengre sikt.

Figur 3: Illustrasjon av fordelingene av innovasjonseffektene.



1.1.5. | Produktivitet kan føre til økt bedriftslønnsomhet på kort sikt, og er svært viktig for samfunnsøkonomien på lang sikt

I ovenstående framstilling er det antatt at innovasjoner øker nytten og inntekten til både konsument og produsent, et resultat som følger av at vi ser på virkningene i ett marked og en produksjonsprosess alene, og holder alt annet likt. Reelt sett er det ikke et en-til-en forhold mellom bedrifters produktivetsutvikling og bedriftenes evne til å skape konsumentoverskudd, produsentoverskudd og lønnsomhet. Bedrifter kan prosess- og produkt-innovere uten at det kommer verken bedriften selv eller

konsumentene til gode. Dersom andre bedrifter øker produksjonseffektiviteten raskere, vil den undersøkte bedriften tape kampen om kundene (fallende betalingsvillighet på grunn av bedre alternativer), slik at bedriftens produktivitet øker samtidig som lønnsomheten faller. I andre tilfeller kan produktiviteten falle, samtidig som etterspørselen og lønnsomheten øker, for eksempel fordi produktiviteten svekkes enda mer i konkurrerende bedrifter. I Norge er produksjon av solceller som ble lagt ned på tross av økende produktivitet: Høy produktivetsvekst blant produsenter over hele verden førte til overkapasitet og fallende verdensmarkedspriser ødela for lønnsomheten. På den annen side ville solcelleproduksjonen blitt nedlagt enda raskere uten produktivetsveksten.

På makronivå er det imidlertid naturlig at produktivitet både bidrar til økt inntektsvekst, økt profitt og økt lønnsvekst. Økt produktivitet fører til at en bedrift kan produsere en vare eller tjeneste på en mer effektiv måte. Dersom man antar at andre bedrifters produksjonseffektivitet og arbeidskraftens lønnsnivå er gitt på kort sikt, vil bedriftens økte effektivitet skape økt lønnsomhet for eierne. På lengre sikt er det imidlertid naturlig at andre bedrifter innoverer og konkurrerer bort bedriftens midlertidige fortrinn.⁸ Von Reenen (1996) viser ved bruk av et panel av britiske selskaper fra 1945 til 1983 at innovasjon i bedrifter skaper økt lønnsvekst på kort sikt i bedriften og redusert lønnsvekst hos konkurrenter. Samtidig tas midlertidig lønnvekst etter innovasjon igjen av konkurrentene på lengre sikt. Studien viser også at innovasjonen skaper økt profitt på kort sikt. (Reenen, 1996).

Sett fra et samfunnsøkonomisk perspektiv er produktivitetsvekst svært viktig for den økonomiske veksten på lang sikt. Nobelprisvinner Paul Krugman har uttalt at

“Productivity isn’t everything, but in the long run it is almost everything. A country’s ability to improve its standard of living over time depends almost entirely on its ability to raise its output per worker”.

– Paul Krugman⁹

Produktivitetsvekst er kjernen i et lands økonomiske vekst på lang sikt. Bedre og billigere produkter gir økt glede for konsumenten, bedre lønnsomhet for bedriften, økt avkastning på kapitalen og høyere lønnsnivå for arbeidskraften. Økt avkastning på kapitalen fører igjen til økte investeringer, mens et høyere lønnsnivå øker etterspørselen i økonomien.

1.2. | Hvordan måle produktivitet?

Produktivitet defineres som nevnt gjerne som «hvor mye som produseres per innsatsfaktor». Spørsmålene som følger er hva man legger i produksjon, og hva man legger i innsatsfaktorer. Det nettopp dette tolkningsrommet som gir rom for flere mål for produktivitet.

I enkle produktivitetsstudier tar man ofte for seg

produksjonen per en konkret innsatsfaktor, såkalt **enkeltfaktorproduktivitet**, fordi de disse er enkle å beregne. Vi skiller mellom **direkte enkeltfaktorproduktivitetsmål** og **indirekte enkeltfaktorproduktivitetsmål**.

Direkte enkeltfaktorproduktivitetsmål har kun som mål å fange opp verdiskaping knyttet til den enkelte innsatsfaktor, men ikke andre typer innsatsfaktorer. Eksempler på slike mål er lønnskostnader per sysselsatt for arbeidskraften og totalkapitalrentabiliteten for kapitalen. Gode direkte enkeltfaktorproduktivitetsmål gir en god pekepinn på hva en konkret innsatsfaktor kaster av seg, men sier gjerne lite om produksjonen for øvrig.

Indirekte enkeltfaktorproduktivitetsmål tar sikte på å fange opp all verdiskaping assosiert med innsatsfaktor, uavhengig av øvrig faktorinnsats. Eksempler på slike mål er verdiskaping per sysselsatt for arbeidskraften og verdiskaping per kapitalkrone for kapitalen. Når man tolker et enkeltfaktorproduktivitetsmål knyttet til en konkret faktor, bør man også ha et bevisst forhold til hvilke andre faktorer som påvirker produksjonen. For å kunne trekke konklusjoner om produktiviteten samlet på tvers av faktorer, må man også ha oversikt over nivået på andre faktorer som påvirker produksjonsnivået.

Totalfaktorproduktivitetsmål overkommer problemene knyttet til enkeltfaktorproduktivitetsmål ved å adressere alle faktorenes produktivitet på en gang. Vi skiller mellom **snevre teknologifokuserte totalfaktorproduktivitetsmål** og **brede totalfaktorproduktivitetsmål**. Det teknologifokuserte totalfaktorproduktivitetsmål fokuserer, som navnet indikerer, på teknologinivået. Det er imidlertid snakk om teknologinivået i bred forstand; det er altså ikke bare et mål for kunnskapsnivået, men også for øvrige rammebetingelser.¹⁰

Brede totalfaktorproduktivitetsmål tar i tillegg til teknologi også for seg andre på andre produktivitetsfremmende forhold som **faktorsammensetningen** i produksjonen, **produksjonsporteføljen** og innvirkninger på **prismarginer**. Faktorsammensetningen i produksjonen kan føre til produktivitetsforbedringer, gjennom skalaeffekter knyttet til produksjonsnivået og gjennom substitusjonen mellom innsatsfaktorene. Videre kan produksjonsporteføljen ha

⁸ Gitt perfekt konkurranse.

⁹ Krugman, P. (1990). The Age of Diminished Expectations: U.S. Economic Policy in the 1990s. Cambridge, MA: The MIT Press.

¹⁰ I faglitteraturen refereres det teknologifokuserte totalfaktorproduktivitetsmål til som Solow-residualen. Residualen fanger strengt tatt ikke bare opp totalfaktorproduktiviteten, man også fanger utelatte variabler i estimeringsmodellen og eventuell heterogenitet knyttet til hver enkelte innsatsfaktor, som ikke fanges opp av produktfunksjonen. Infrastruktur er et eksempel på en innsatsfaktor som ofte ikke er modellert og dermed fanges opp av Solow-residualen. Videre er arbeidskraften ofte bare modellert som en variabel, selv om det i realiteten er snakk om flere ulike utdanningsnivåer. Slike forskjeller i utdanningsnivået vil også fanges opp av Solow-residualen, om man ikke modellerer det eksplisitt. Vi referer til seksjon 1.1.2 for en formell behandling av Solow-residualen.

konsekvenser for samlet produktivitet ved synergier i mellom produksjoner av ulike goder eller kostnadsbesparelser knyttet til produksjonen av ulike goder.

Dessuten kan bredere produktivitetsmål i noen tilfeller inkludere priser. Produkt- og faktorprisene vil ofte bestemmes av rådende forhold i produkt og faktormarkedene. Dersom virksomheten klarer å påvirke prisene i produkt- og faktormarkedene, kan man likevel argumentere for at dette et slags uttrykk for produktivitet, selv om det også kan anses som et uttrykk for markedsinntekt. Uansett kan det være interessant å inkludere produkt- og faktorprisene, hvis man ønsker å belyse samlet avkastning på faktorene.

Ytterligere en dimensjon som er svært relevant i produktivitetssammenheng er kvalitetsdimensjonen. **Kvalitetsforbedringer** kan stå for enorme produktivitetseffekter, men de er ofte vanskelig å måle. Dessverre er kvalitetsforbedringer av denne grunnen som regel gruppert sammen med prisseffektene i offentlig statistikk. I praksis vil større kvalitetsforbedringer over tid gjerne være assosiert med fallende priser, fordi introduksjonen av produktgenerasjoner har en tendens til å presse prisen på de gamle produktgenerasjonene ned. En slik prosess forutsetter imidlertid at kildene til produktivitetsvekst spres raskt i bransjen, slik at gevinsten blir konkurrert bort og overført til kundene. Lykkes bedrifter med å beskytte kildene til kvalitetsforbedringer fra konkurrentene, vil prisene kunne opprettholdes eller økes.

I praksis skiller gjerne ikke offentlig statistikk mellom pris- og kvalitetseffekter, hvilket innebærer at man ved korreksjoner for prisutviklingen, oftest også korrigerer bort kvalitetsutviklingen. Vi vil derfor rapportere enkelte produktivitetsmål i løpende priser og med relative prisendringer hvor vi har korrigert bort den generelle prisveksten.

” Lykkes bedrifter med å beskytte kildene til kvalitetsforbedringer fra konkurrentene, vil prisene kunne opprettholdes eller økes.

1.3. | Definisjon og praktisk avgrensning av reiselivsnæringen

Det finnes ingen entydige og objektive kriterier for å definere næringer. For at det skal være meningsfullt å definere en gruppe bedrifter som en næring må det være noen koblinger mellom dem. Koblingene kan grovt sett bestå i likheter og komplementariteter. Næringer kan defineres etter *innsatsfaktorer* (kraftkrevende industri), *produkt* (sjømat), *aktivitet/prosess* (fiskeri og havbruk), *teknologi* (IKT) eller *formål* (forsvarsindustri). Reiseliv defineres etter aktivitet, men ikke bedriftenes aktiviteter; det er kundenes aktiviteter – å reise – som definerer næringen.

Reiselivsbedrifter defineres som en felles næring på grunnlag av en sterk komplementaritet i markedet. Næringen består av mange små bedrifter fra flere virksomhetstyper; hoteller, restauranter, transportselskaper, skiheiser, opplevelsesanlegg og butikker. Verdikjeden i de ulike virksomhetene er til dels svært forskjellige. Det som binder bedrifter fra disse virksomhetstypene sammen og gjør dem til reiselivsbedrifter, er det faktum at de lever av mennesker på reise – turister, yrkesreisende, kurs- og konferansegjester. At reiselivsnæringen defineres etter kundenes aktivitet – reising – gir ikke noen klar føring på hvordan næringen skal avgrenses. Vi kan nærme oss spørsmålet fra to ulike perspektiver:

- A. Fra et **markedsperspektiv**: Næringen består av bedrifter som betjener mennesker på reise, uavhengig av hva de leverer. Det er de reisendes etterspørsel som avgrenser hva som skal inkluderes.
- B. Fra et **produktperspektiv**: Næringen består av bedrifter som leverer overnattings-, serverings-, transport- og opplevelsestjenester – uavhengig av om kundene er på reise eller ikke (innebærer at bedrifter inkluderes selv om de ikke betjener reisende)

Selv om A. (markedsperspektivet) er det prinsipielt riktige, er det svært krevende å anvende denne tilnærmingen når vi skal avgrense næringen statistisk. Denne tilnærmingen krever at man identifiserer kundene og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetypene. En pragmatisk

og mer robust tilnærming er derfor å avgrense næringen gjennom følgende to-steps prosess:

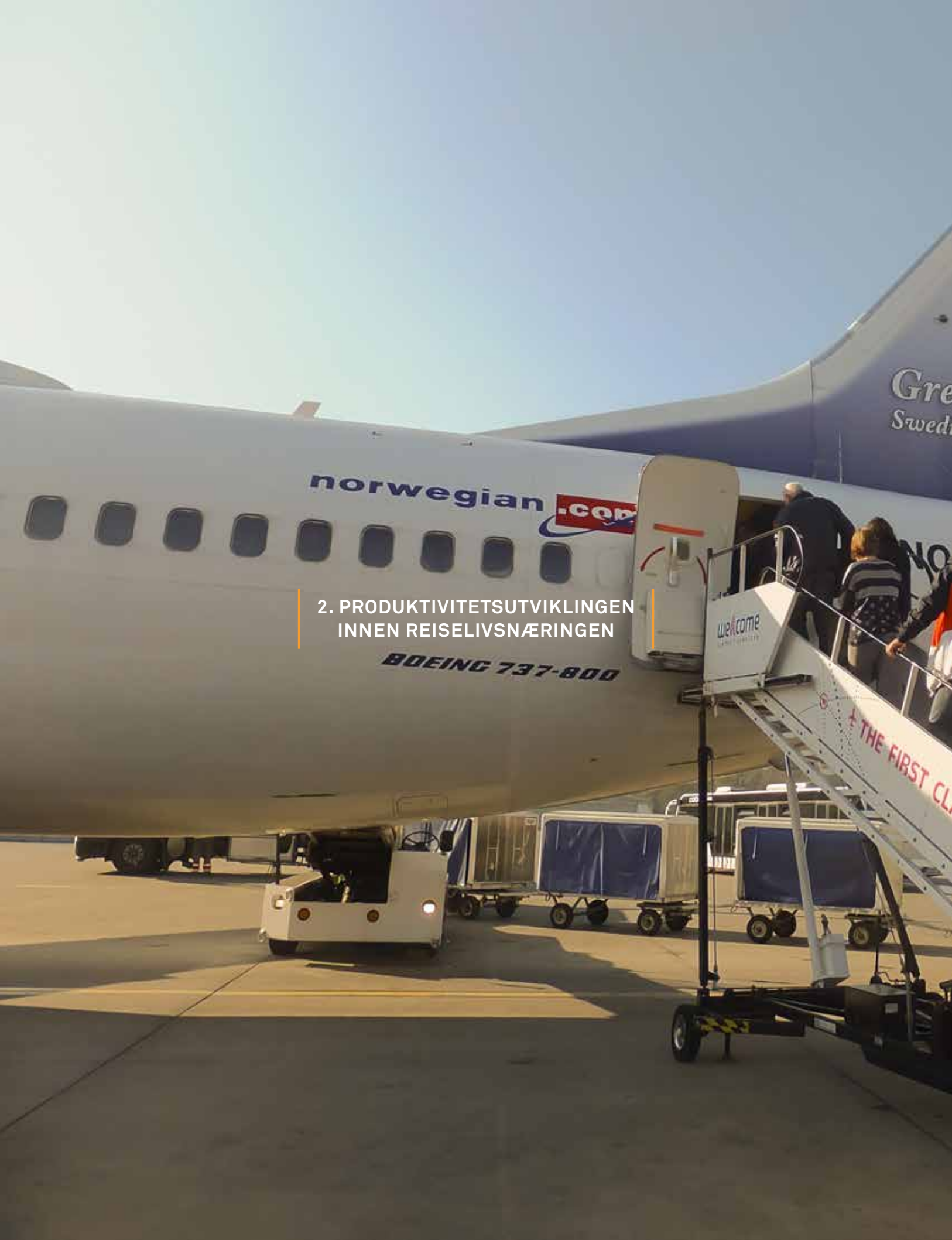
1. Først identifiseres de viktigste bransjer – komplementære produkttyper – som leverer tjenester og varer til reisende. Overnatting, servering, transport og opplevelser (sekkepost for aktiviteter, attraksjoner og kulturtilbud) er de viktigste komplementære produktgruppene.
2. Deretter inkluderes alle bedrifter som faller innenfor de fem gruppene i 1. – uavhengig av om de leverer sine produkter til reisende eller ikke.

Tostegs-metodikken ovenfor innebærer at butikker ikke er inkludert i vår avgrensning av reiselivsnæringen. Dagligvarer, suvenirer, interiør, møbler og sportsutstyr ville være naturlige grupper å inkludere, men de reisendes andel av disse handelsgruppene vil variere betydelig mellom regioner og destinasjoner. På den annen side kunne vi anført samme innvending mot serverings- og transporttjenester. Lokalbefolkningen i byer og tettsteder spiser og drikker

på restauranter, og de benytter Hurtigruten og andre transportmidler.

Vanskeligheter med å isolere pris- og volumeffekter medfører at vi benytter flere datakilder i denne rapporten. Som vist i kapittelet ovenfor er flere produktivitetsmål avhengige av at man klarer å skille volum- og priseffekter fra hverandre i datamaterialet. Vi vil derfor både benytte nasjonalregnskapets tall for de såkalte A64-næringene for å framvise kvantumsbaserte produktivitetsmål, mens vi benytter Menons regnskapsdatabase, som består av samtlige rapporteringspliktige bedrifter til Brønnøysund for en mer finmasket analyse av produktivitetsutvikling i bransjene, etter variabler som bedriftsstørrelse, geografi og sesongstruktur. Da transportbransjen i betydelig grad domineres av enkelte store selskaper er bransjen utelatt fra analysene i denne rapporten. En produktivetsanalyse av transport avhenger i for stor grad av enkeltsekskapers produksjonstilpasning og passer dermed ikke i forhold til denne rapportens formål om å isolere og analysere allmenne trekk ved produktiviteten i reiselivsnæringen.



A photograph of a white Norwegian Boeing 737-800 aircraft on a tarmac. The aircraft has "norwegian .com" and "BOEING 737-800" written on its side. The main cabin door is open, and passengers are boarding via a mobile staircase. The staircase has "welcome" and "THE FIRST CLASS" written on it. In the foreground, there are several white ground support vehicles, including a small tug and larger cargo loaders. The sky is clear and blue.

2. PRODUKTIVITETSUTVIKLINGEN INNEN REISELIVSNÆRINGEN

2. | Produktivitetsutviklingen innen reiselivsnæringen

2.1. | Reiselivet i lange linjer: Sterk verdiutvikling, svak volumutvikling

I dette første delkapittelet benytter vi oss av nasjonalregnskapet som datagrunnlag. Nasjonalregnskapet er en oversikt over hovedstørrelser og transaksjoner i økonomien og er blitt utarbeidet for å tallfeste de sentrale økonomiske sammenhengene i land. Nasjonalregnskapet bygger på presise definisjoner i henhold til felles internasjonale standarder og er sentralt for å kunne beskrive den økonomiske utviklingen innad i land, og på tvers av land. I nasjonalregnskapet benyttes en næringsgruppering som kalles A64-inndelingen (andre revisjon) hvor man deler norske virksomheter inn i 66 ulike næringer. På basis av A64-inndelingen kombinerer vi næring 39 «Overnatting og servering» og næring 55 «Reisebyrå- og reisearrangør-virksomhet» for å konstruere reiselivsnæringen. Det vil si at kultur og opplevelser og som nevnt passasjertransport her er utelatt. Vår avgrensning følger av at opplevelser og transport inngår i bredere nasjonalregnskapsnæringer som domineres av andre virksomheter enn reiseliv.

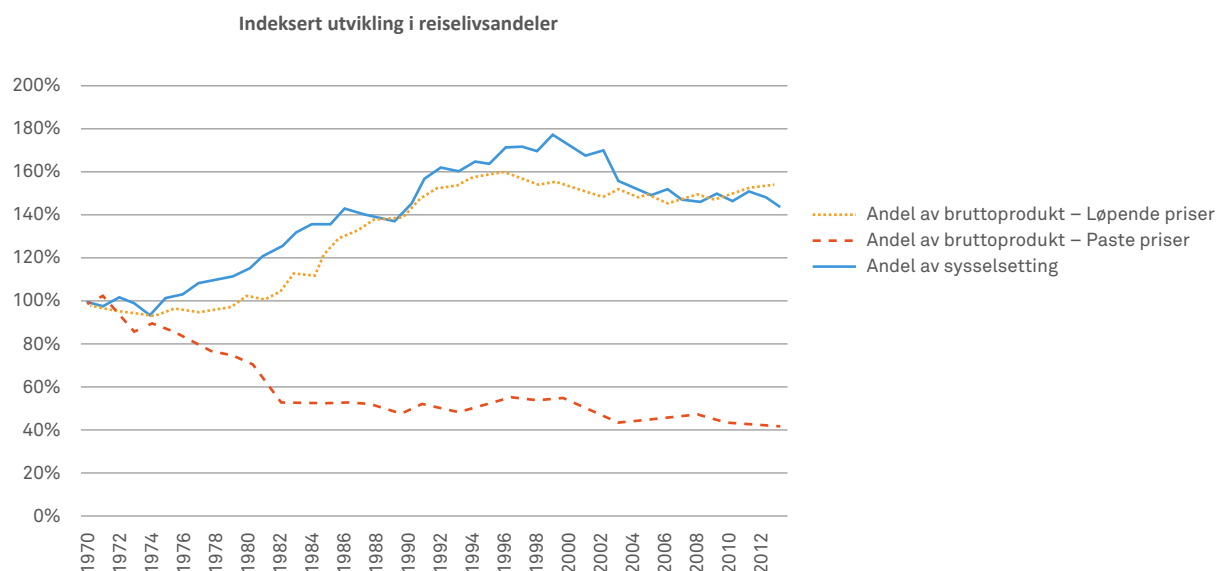
Reiselivsnæringen avgrenset av ovenstående definisjon stod for omtrent 3,5 prosent av bruttoproduktet innen og 6,5 prosent av sysselsettingen det markedsrettede næringslivet i 2012¹¹. Tjenester står for 80 prosent av bruttoproduktet innen det markedsrettede næringslivet, slik at reiselivsnæringen består av 4,1 prosent av bruttoproduktet og 9,1 prosent av årsverkene innen markedsrettede tjenester.

Figuren under viser indeksert utvikling innen reiselivets andel av bruttoprodukt (løpende og faste priser) og sysselsetting innen det markedsrettede næringslivet fra 1970 til 2013.

Figuren viser at reiselivsnæringens andel av fastlandsnæringslivets bruttoprodukt, ifølge nasjonalregnskapet, har økt med omtrent 45 prosent i løpende priser og blitt halvert i faste priser fra 1970 til 2012. I samme periode har andelen årsverk økt med nærmere 55 prosent. Reiselivsnæringens har altså hatt

- Svak volumutvikling
- Sterk verdiutvikling
- Sterk sysselsettingsutvikling

Figur 4: Indekset utvikling innen primære reiselivsnæringenes andel av markedsrettet næringsliv.¹² Brutttoprodukt i faste og løpende priser og sysselsetting fra 1970 til 2012. Kilde: Menon (2015) og Statistisk sentralbyrå (2015)



11 Olje og gass og utenriks sjøfart er ekskludert.

12 Fastlands-Norge, utenom ikke-markedsrettede tjenester, eiendomstjenester og andre ressursbaserte næringer.

i forhold til det markedsrettede næringslivet over perioden. Hva sier dette om reiselivsnæringens utvikling?

- Positiv utvikling i bruttoproduktet i løpende priser betyr at etter hvert som det norske samfunnet har blitt rikere har etterspørselen etter reiselivstjenester økt.
- Positiv utvikling i andelen av årsverk parallelt med negativ utvikling i bruttoproduktet i faste priser, innebærer at reiselivsnæringens arbeidsproduktivitet målt i volum per årsverk har vært svakere enn i resten av næringslivet i perioden.
- Sterkere vekst i reiselivspriser relativt til andre priser på tjenestene har imidlertid bidratt til at bruttoproduktet per årsverk i løpende priser har vært på linje med resten av næringslivet.

” Reiselivsnæringen har hatt en svakere produktivitetsvekst enn næringslivet ellers fra 1970 og til i dag.

Dette betyr at en positiv inntektseffekt på etterspørselen etter reiseliv har vært sterkere enn en negativ priseffekt på etterspørselen. Reiselivsnæringen har blitt større i forhold til næringslivet ellers på tross av svak produktivitetsutvikling (målt i volum).

Fra slutten av 90-tallet synes derimot utviklingen å ha snudd. Volum- og sysselsettingsutviklingen har vært på nivå med næringslivet ellers, mens verdiutviklingen var noe svakere, særlig i perioden 1996 til 2004.

2.2. | Reiseliv er lite produktiv sammenlignet med andre næringer i Norge

Utviklingene av andeler viser at reiselivsnæringen har hatt en svakere produktivitetsvekst enn næringslivet ellers fra 1970 til i dag. Hvordan har utviklingen vært i absolutte tall? Figuren under til venstre viser brutto-

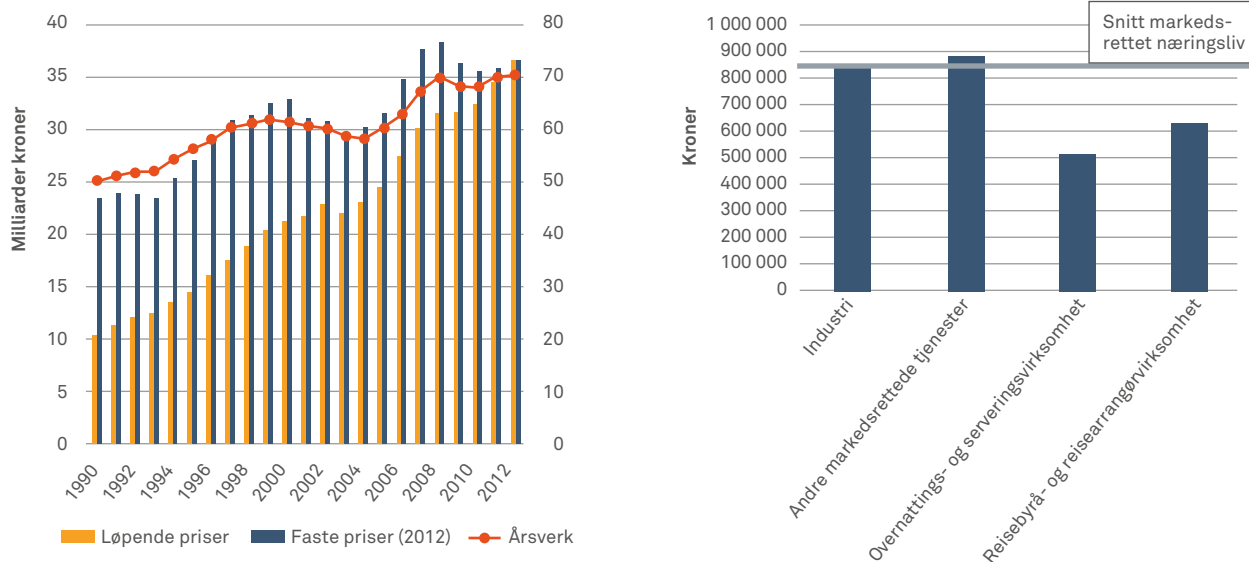
produktutviklingen i faste og løpende priser, samt utviklingen i årsverk fra 1990 til 2012. Figuren under til høyre viser bruttoproduktet (også kalt verdiskaping) per årsverk i 2012 innen markedsrettet næringsliv, industri, andre markedsrettede tjenester, samt reiselivsbransjene overnatting og servering og reisebyrå og –arrangør-virksomhet.

I 1990 stod reiseliv for et bruttoprodukt på 23 milliarder 2012-kroner og 50 000 årsverk, mens etter flere konjunktursvingninger på 90- og 00-tallet stod næringen for 37 milliarder kroner og 70 000 årsverk i 2012. Figuren viser at det har vært flere perioder med sammenfallene sterk vekst i både sysselsetting og bruttoprodukt i faste priser, særlig fra 1994 til 2000 og fra 2003 til 2008. Vekstperiodene er deretter etterfulgt av reduksjon og stagnasjon, både i forhold til sysselsetting og bruttoprodukt i faste priser.

De samme utviklingstrekkene finner man igjen i hotellstatistikken. Fra 1993 til 1998 økte kapasitetsutnyttelsen på norske hotellrom fra 46,8 prosentpoeng til 53 prosentpoeng, før den falt til 48 prosentpoeng i 2003. Fra 2003 til 2007 økte kapasitetsutnyttelsen raskt til 56 prosent før den falt tilbake til 50 prosent i 2009. Etter 2009 har kapasitetsutnyttelsen steget sakte til 52 prosent i 2014. Prisutviklingen synes på sin side å ha fulgt svingningene i kapasitetsutnyttelse med omtrent ett års etterslep. Vi kommer tilbake til hotellstatistikken i delkapittel 2.6 under.

Figuren på neste side, viser arbeidsproduktiviteten i 2012 for de to reiselivsbransjene sammenlignet med andre markedsrettede tjenester, industrien og det markedsrettede næringslivet generelt. Overnatting og servering stod for et bruttoprodukt på 500 000 kroner per årsverk og reisebyrå og reisearrangørvirksomhet stod et bruttoprodukt på 650 000 kroner per årsverk i 2012. Dette er rundt 60 prosent av bruttoproduktet per årsverk innen markedsrettet næringsliv og i industrien. Reiselivsnæringen har altså en lav arbeidsproduktivitet sammenlignet med andre næringer.

Figur 5 - a: Utvikling innen bruttoprodukt i løpende priser, faste 2012-priser og årsverk innen reiselivsbransjene overnatting, servering, reisebyrå og reisearrangører. **b)** Bruttoprodukt per årsverk i 2012 i ulike næringer. Kilde: Menon (2015) og Statistisk sentralbyrå (2015)



2.3 | Svak produktivitetsutvikling innen overnatting og servering, sterk innen reisebyråer og turoperatører

Reiselivsbransjene har altså en svak arbeidsproduktivitet sammenlignet med andre næringer. Hvordan har arbeidsproduktiviteten utviklet seg innen henholdsvis overnatting og servering, og reisebyrå og –arrangører fra de siste 25 årene?

Figuren på neste side viser hvordan arbeidsproduktiviteten i markedsrettet næringsliv, industri, andre markedsrettede tjenester, og reiselivsbransjene har utviklet seg fra 1990 til 2012. Vi har indeksert utviklingen for å framheve den relative utviklingen framfor absoluttveksten.

Figuren viser at det har vært en sterk, men svært volatil, arbeidsproduktivitetsvekst i faste priser innen reisebyrå- og reisearrangement, mens det innen overnatting og servering har vært en svak arbeidsproduktivitetsutvikling.

En åpenbar produktivitetsdriver innen formidlingsbransjen er den rivende teknologiske utviklingen innen IKT fra 1990-tallet og utover. Bransjen har beveget seg fra tradisjonelle turistbyråer med kontorer og personlig service over hele landet til at kundene nå innhenter informasjon om, planlegger og bestiller reisene selv. Digitaliseringen har med andre ord ført til at kundene har overtatt mye av jobben som reisebyråene gjorde tidligere.¹³ Reisebyråene har selv også tatt i bruk effektive IKT-løsninger og har kunnet rasjonalisere driften parallelt med den utfordrende markedssituasjonen. Reisebyråene har i dag lite personlig kundekontakt. Kundekontakten skjer stort sett digitalt.

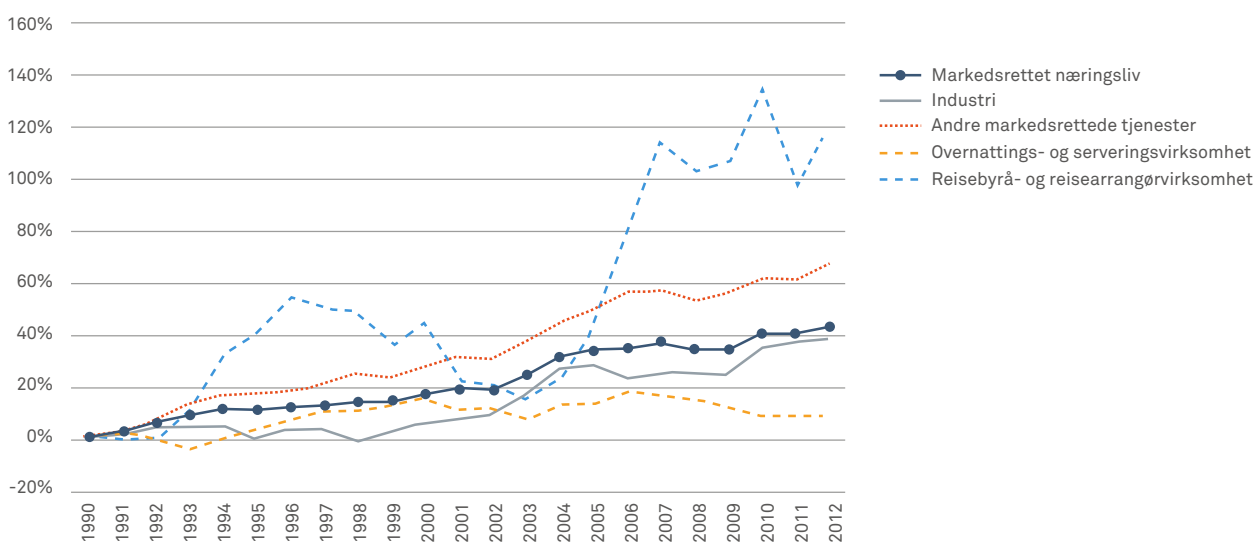
Overnattings- og serveringsvirksomhet har hatt en langt svakere produktivitetsvekst enn annet markedsrettet næringsliv, andre markedsrettede tjenester, samt industrien, særlig etter årtusenskiftet. Utviklingen skyldes trolig flere forhold. For det første er overnatting- og serveringsvirksomhet arbeidsintensive tjenestebansjer

¹³ Stadig flere tjenestenæringer kjennetegnes i dag ved samproduksjon mellom bedrifter og kunder (Thorbjørnsen, 2015). Digitalisering er ofte den muliggjørende faktoren for samproduksjon.

hvor det er vanskeligere å industrialisere produksjonen sammenlignet med mer kapitalintensiv vareproduksjon. For det andre avhenger produksjonen i stor grad av manuelt arbeid, noe som innebærer at bedriftene benytter mye ufaglært og midlertidig arbeidskraft, og i økende grad også billig innvandret arbeidskraft. Automatiseringsmulighetene er begrensede og lavt utdannelsesnivå og midlertidighet taler for at man oppnår mindre produktivitetsimpulser fra utvikling av arbeidstakerne innen bransjen sammenlignet med mer kunnskapstung

næringsvirksomhet. For det tredje har overnattings- og serveringsbransjen svekket den internasjonale konkurranseevnen over perioden, med styrket kronekurs og høyere kostnadsvekst enn andre land (Iversen, Jakobsen, Løge, & Sandvik, 2015). Svekket etterspørsel fra utenlandske turister har medført en vanskelig økonomisk situasjon for mange norske turisthotell, hvor fallende inntekter fører til at hotellene mister muligheten til å investere i innovasjon og produktivetsforbedringer.

Figur 6: Indeksert bruttoprodukt i faste priser per årsverk fra 1990 – 2013.
Kilde: Menon (2015) og Statistisk sentralbyrå (2015)



2.4 | Relative prisendringer endrer bildet

Figuren over viste at reisebyråer og –arrangører har hatt en sterk arbeidsproduktivitetsutvikling de siste 20 årene, mens overnatting og servering har hatt en svak utvikling. Hva skjer med produktivitetsutviklingen dersom vi inkludere priseffekter? Som nevnt tidligere henger gjerne prisutviklingen og kvalitetsforbedringer tett sammen. Figuren på neste side viser utviklingen bruttoprodukt per

årsverk i faste og løpende priser innen reiselivsnæringen relativt til markedsrettet næringsliv. Figuren viser reiselivsbransjenes avvik i prosentpoeng fra markedsrettet næringsliv.

- Arbeidsproduktivitetsutviklingen innen formidlingsbransjen har vært langt sterkere enn i det markedsrettede næringslivet generelt, men fordi prisene på bransjens tjenester samtidig har hatt en svakere utvik-

ling enn andre priser har bruttoproduktet per årsverk i løpende priser svekket seg relativt til næringslivet ellers over perioden.

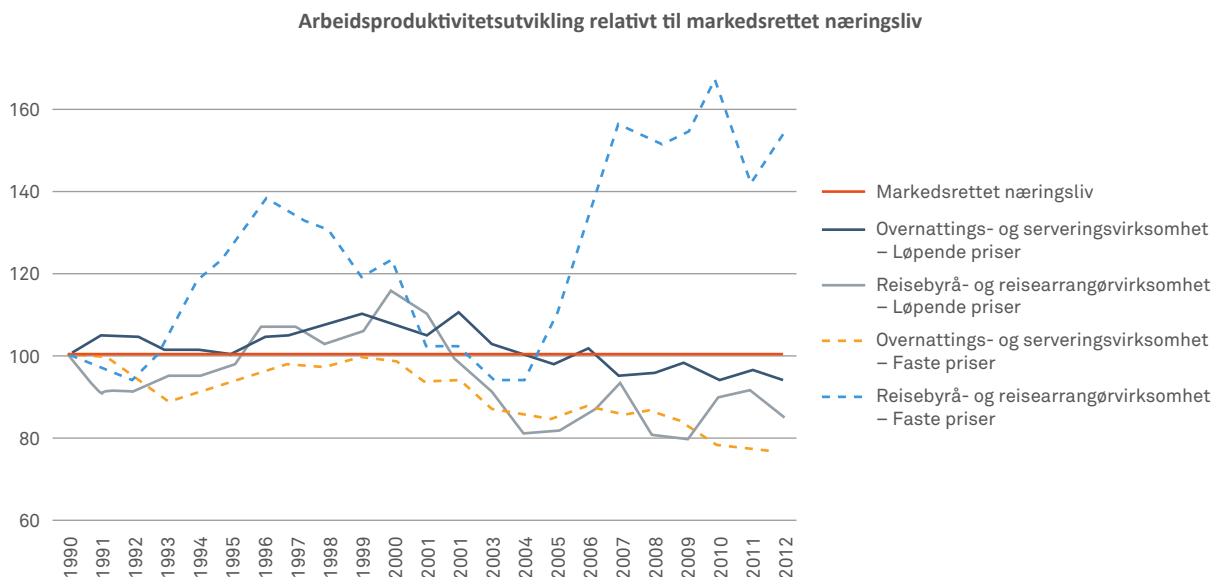
- Innen overnatting og servering er utviklingen motsatt: Bruttoproduktet per årsverk i faste priser har svekket seg i forhold til markedsrettet næringsliv, mens tar man høyde for den relative prisveksten innen bransjen har utviklingen innen arbeidsproduktiviteten i løpende priser vært omtrent på nivå med markedsrettet næringsliv.

Figuren viser at formidlingsbransjen på sin side har hatt en sterk volumutvikling per årsverk, mens reduksjonen i bransjens relative priser har gjort at produktiviteten i løpende priser har økt saktere enn for det markedsrettede næringslivet. Dette stemmer godt med utviklingen innen bransjen. Reisebyråene har opplevd reduksjon i aktivitet etter framveksten av enkle bookingløsninger på nett, noe som har ført til en konsolidering og en inter-

nasjonalisering av bransjen. 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.

Turoperatørene har ikke blitt like hardt rammet av fremveksten av internettbooking. Charterreiser med transport, overnatting, samt gjerne servering og opplevelser inkludert, har holdt seg populært. Likevel har digitale selvbetjeningsløsninger, hvor kundene kan booke og pakke på internett, ført til sterkere priskonkurranse. Graden av konkurranse varierer imidlertid mellom ulike reiseformer og kundesegmenter. Reisearrangører som har spesialisert seg mot bestemte temaer og målgrupper er i vekst, for eksempel målgrupper som eldre mennesker interessert i historie, fremmede kulturer og nye opplevelser. Mange av dagens pensjonister har lyst til å reise langt og oppleve mye, og ønsker å kjøpe bistand til å ordne det praktiske og det faglige innhold.

Figur 7: Relativ utvikling i bruttoprodukt i faste og løpende priser per årsverk. Benchmark er markedsrettet næringsliv.
Kilde: SSB Nasjonalregnskapet



Utviklingen innen formidlingsbransjen er et eksempel på hvordan nytten av innovasjoner fordeles mellom konsumenter og produsenter. Den teknologiske utviklingen har gitt konsumentene en bedre og mer effektiv måte å booke reiser på, mens produsentene har blitt langt mer effektiv. Samtidig har teknologien gjort konkurransen i markedet hardere og prisene på reisebyråenes tjenester har falt. Dermed har konsumentene hatt størst nytte av den teknologiske utviklingen, mens produsentens absolutte bruttoproduktvekst har vært svak.

Trenden er at produktivitsutviklingen innen overnatting og servering har vært svakere enn næringslivet ellers fra 2002 til 2012. Norsk økonomi vært generelt sett hatt en god utvikling gjennom perioden. Svært høy oljepris på 00-tallet bidro til store investeringer og store ringvirkninger for norsk økonomi. Den relativt sterkere utviklingen i norsk økonomi i forhold til våre viktigste handelspartnere bidro videre til at norsk krone styrket seg mot euro, britisk pund og dollar. Sterk kronekurs kombinert med høyere lønnsvekst har ført til svekket kostnadmessig konkurranseevne. Utenlandsk vinterturisme i Sør-Norge har tatt den hardeste støytten: På Indre Østlandet har antall utenlandske hotellgjestedøgn blitt redusert fra 1,5 millioner i 2000 til 780 000 i 2014. Samtidig har antall hoteller blitt redusert fra 350 til 250 i samme periode, mens kapasitetsutnyttelsen på senger har gått fra 34 prosentpoeng til 26 prosentpoeng. Tapte konkurranseevne har sannsynligvis vært en viktig driver bak den negative produktivitsutviklingen, gjennom lav kapasitetsutnyttelse og lite muligheter for investeringer i forskning, markedsarbeid og organisasjonsutvikling.

2.5. | Reiselivsbransjene: Arbeidsproduktivitet og totalfaktorproduktivitet

I dette delkapittelet vil reiselivsnæringens ulike bransjer gjennomgås i mer detalj. Siden Nasjonalregnskapet består av brede næringsgrupper som ikke fanger opp alle reiselivsbransjene, avander vi Menons regnskapsdatabase framfor nasjonalregnskapet. Menons regnskapsdatabase består av samtlige rapporteringspliktige bedrifter til Brønnøysund og gir muligheter til å gjøre mer finmaskede

analyser av produktivitsutvikling i bransjene. Samtidig innebærer skifte av tallmateriale fra nasjonalregnskapet til Menons regnskapsdatabase at analysene ikke lenger kan skille mellom pris- og volumeffekter i hver enkelt næring. I tillegg er det noe færre selskapsformer inkludert, blant annet er ikke enkeltpersonforetak rapporteringspliktig til Brønnøysund. Vi har i stedet inflasjonsjustert tallgrunnlaget til 2013-kroner slik at generell prisvekst holdes utenfor, mens relative prisendringer inkluderes i analysene.

” Digitale selvbetjeningsløsninger har ført til sterkere priskonkurranse.

Siden Menons regnskapsdatabase inkluderer samtlige rapporteringspliktige bedrifter i Norge har vi også mulighet til å konstruere en mer korrekt reiselivsnæring enn det de mer overordnede nasjonalregnskapsnæringene tillater. Vi utvider derfor her reiselivsnæringen med en opplevelsesbransje som består av delvis ikke-markedsrettede tjenester som kunst- og kulturinstitusjoner, festivaler og annen offentlig støttet kultur. I tillegg lar vi opplevelsesbransjen inkludere markedsrettede tjenester som natur- og kulturbaserte aktiviteter, guiding, alpinanlegg og andre kommersielle opplevelsesprodusenter. I tillegg splitter vi overnatting og servering i to separate bransjer.

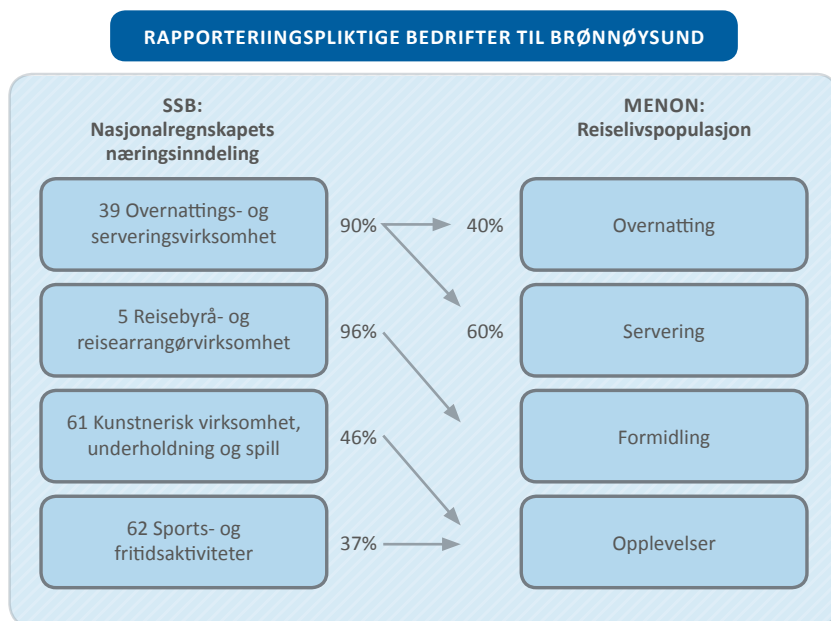
Koblingene mellom Nasjonalregnskapet og Menons reiselivsdatabase er illustrert i figuren nedenfor. Figuren viser at 90 prosent av verdiskapingen i rapporteringspliktige bedriftene innenfor nasjonalregnskapsnæringen «39 Overnattings- og serveringsvirksomhet» er inkludert i Menons reiselivspopulasjon, hvorav 40 prosent av verdiskapingen er innen overnatting og 60 prosent er innen servering. De resterende 10 prosentene er ikke definert som reiselivsnæring av Menon, dette er alt fra studenthjem til utleieboliger. På lik linje er 96 prosent av «55 Reisebyrå- og reisearrangørvirksomhet» inkludert i formidlingsbransjen, mens 46 prosent av verdiskapingen innen «61 Kunstnerisk virksomhet, underholdning og spill» og 37 prosent av verdiskapingen innen «62 Sports- og fritidsaktiviteter» er inkludert i opplevelser. I tillegg er

enkeltbedrifter som passer inn i Menons reiselivsbransjer fra andre næringskoder inkludert i populasjonen.

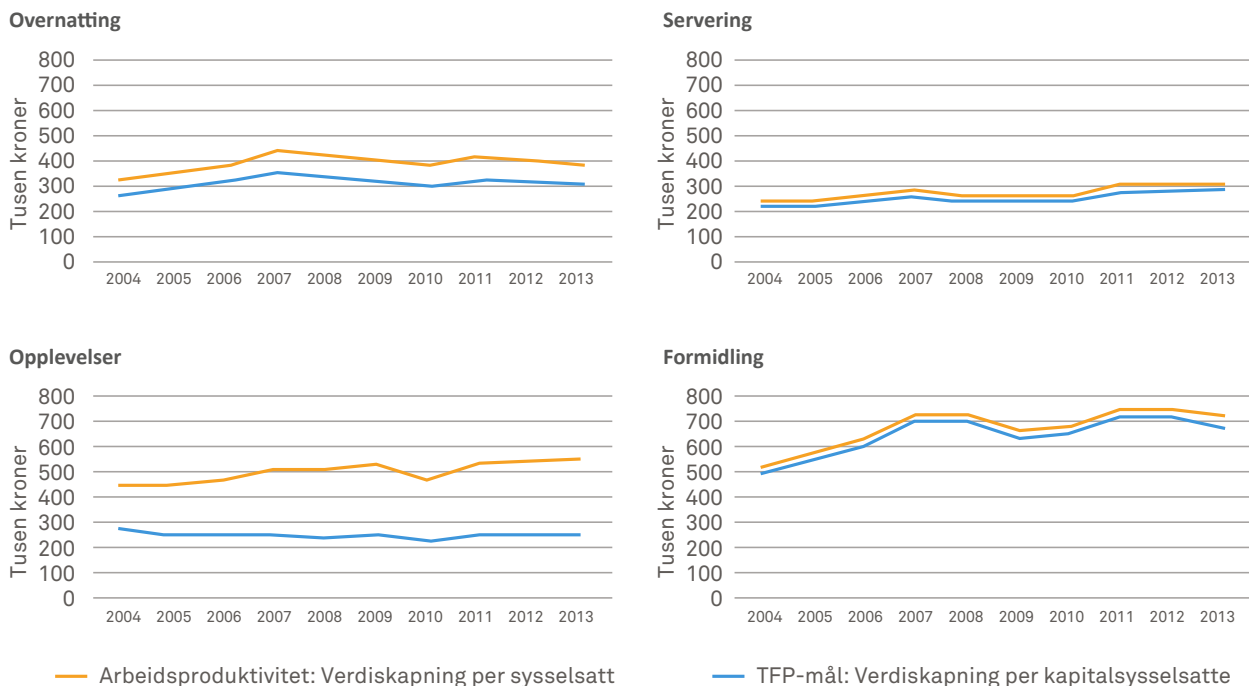
Figurene på neste side, viser nivået på bruttoprodukt per ansatt og nettoprodukt per kapitalansatt i reiselivs- næringens fem bransjer. Vi har ved beregningene av TFP-målet nettoverdiskaping per kapitalssysse- satt justert tall for bedriftenes regnskapsmessige realkapital etter Nasjonalregnskapets tall for fast realkapital med utgangspunkt i nasjonalregnskapets A64-næringer. Man- ge næringer har mulighet til å avskrive mer av kapita- lens regnskapsmessige verdi enn det reelle kapitalslitet

skulle tilsi, og derfor er regnskapsmessig realkapital er systematisk undervurdert i forhold til reelle real- kapitalverdier. I nasjonalregnskapet har man derimot estimert realkapitalens reelle verdi og er derfor en mer korrekt datakilde å bruke i TFP-beregninger. Ellers må det nevnes at ansattetallene i Menons regnskapsdata- base er innrapportert fra bedriftene og inkluderer også deltidsstillinger, noe som innebærer at produktivitetstal- lene er noe lavere enn i analysene som ble gjennomført med nasjonalregnskapstall. Dette gjelder særlig innen overnatting og servering hvor det er utstrakt bruk av deltidsansatte.

Figur 8: Sammenheng reiseliv i nasjonalregnskapets A64-næringer og Menons reiselivsnæring. Rapporteringspliktige bedrifter.



Figur 9: Nettoverdiskaping per kapitalssyssele satt og verdiskaping per ansatt i 2013. Inflasjonsjusterte priser. Kilde: Menon (2015)



Figurene over viser at arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen er høyest innen formidlingsbransjen, og lavest innen servering. Arbeidsproduktiviteten og TFP-produktiviteten er relativt lik og følger samme utviklingsbane innen de ulike bransjene utenom i opplevelsesbransjen. Når man justerer for kapitalinnsatsen er opplevelsesbransjen den minst produktive bransjen og den eneste bransjen der arbeidsproduktiviteten har økt mens TFP-veksten har stagnert. Den store differansen mellom arbeidsproduktivitets og TFP-produktivitets innebærer at det har vært en stor økning i kapitalinnsats som ikke har resultert i tilsvarende høy arbeidsproduktivitetsvekst. Kapitalinvesteringene innen opplevelser domineres av offentlige ikke-markedsrettede investeringer, for eksempel kulturbygg og museer, men også alpinanlegg og enkelte andre aktivitetsanlegg er også relativt kapitalintensive. Samtidig betraktes opplevelser i økende grad

som kjernen i det norske reiselivsproduktet, så det er verdt å se nærmere på utviklingen innen denne bransjen.

Opplevelsesbransjen er den bransjen i reiselivsnæringen som har hatt sterkest verdiskapingsvekst de senere årene. Bransjen er svært variert og består av alt fra skisentre, guidebedrifter og store kunst- og kulturinstitusjoner som Den Norske Opera & Ballett og Nasjonalteateret. Vi har derfor delt opplevelsesbransjen videre inn i «aktiviteter og annet» og «kunst, kultur og idrett», hvor aktiviteter og annet består av kommersielle opplevelsesaktører som skisentre, guider og lignende, mens kunst, kultur og idrett består av offentlig støttede kulturinstitusjoner og arrangementer, samt idrettsanlegg. Sistnevnte gruppe står for 69 prosent av verdiskapingen innen opplevelser, mens aktiviteter og annet står for 31 prosent. Se tabellen på side 37.

Tabell 1: Statistikk for en inndelt opplevelsesbransje. Kilde: Menon (2015)

	AKTIVITETER OG ANNET	KUNST, KULTUR OG IDRETT	TOTALT
Verdiskapingsvekst 2004 - 2013	111%	116%	114%
Vekst i realkapital 2004 – 2013	137%	187%	165%
Sysselsettingsvekst 2004 – 2013	53%	48%	50%
Vekst i verdiskaping per ansatt (infl.justert)	17%	23%	21%
Vekst i verdiskaping per kapitalsysselsatt. (inf.justert)	-7%	-8%	-8%
Andel av opplevelsesbransjen – Fast realkapital (2013)	39%	61%	100%
Andel av opplevelsesbransjen – Verdiskaping (2013)	35%	65%	100%

Tabellen viser at det har vært en nokså lik utvikling i de to gruppene, med noe høyere aktivitetsvekst innen kunst og kultur, men også klart høyere kapitalvekst. Dermed er veksten i arbeidsproduktiviteten sterkest innenfor offentlig støttede opplevelser, mens reduksjonen i totalfaktorproduktiviteten er også høyest innen denne delbransjen. Innen kunst og kultur har det skjedd vært store investeringer i diverse kulturbygg i perioden. Av store prosjekter kan Stavanger konserthus, Plassen i Molde og Operaen i Oslo nevnes. Tabellen viser likevel at begge opplevelsesgruppene har hatt negativ utvikling i totalfaktorproduktivitet de siste 10 årene. Vi har ingen god forklaring på denne utviklingen.

2.6. | Produktivitet i hotellbransjen

Delkapittel 2.4 viste at produktivitetsutviklingen innen overnatting og servering var svakere enn næringslivet ellers fra 2000 til 2012. Sterk kronekurs kombinert med høyere lønnsvekst har ført til svekket kostnadsmessig konkurranseevne. Utenlandsk vinterturisme i Sør-Norge har tatt den hardeste støytten med en halvering av gjestedøgn og sterk reduksjon i antall hoteller.

Figuren på neste side, viser hotellbransjens utvikling i

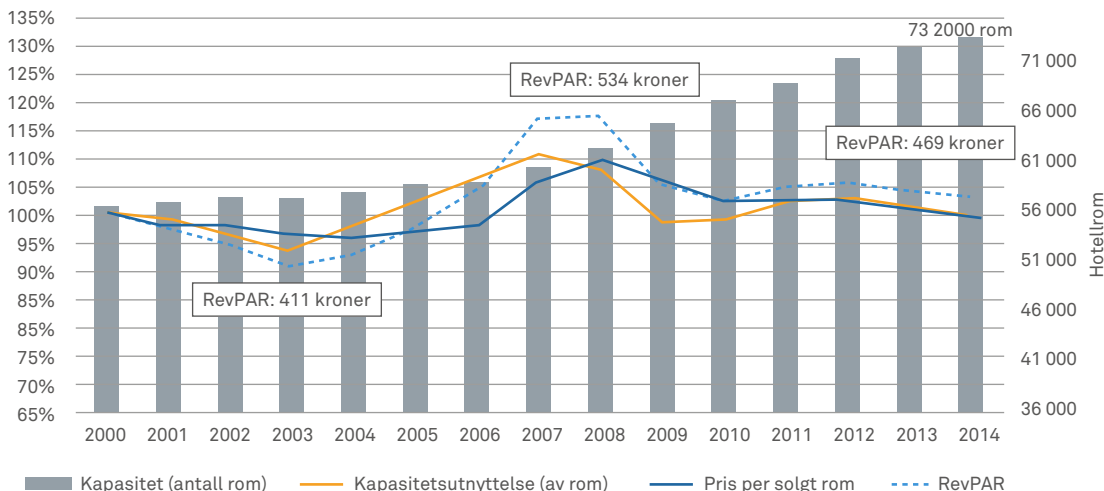
kapasitet (antall rom - høyre akse), kapasitetsutnyttelse (av rom) samt utvikling i pris per rom. I tillegg viser figuren RevPAR, pris per disponibelt romdøgn, som både avhenger av utviklingen innen rompriser og utviklingen i kapasitetsutnyttelsen.

Statistisk sentralbyrås hotellstatistikk inkluderer flere spesifikke indikatorer som gir informasjon om hotellbransjens utnyttelse av den fysiske kapitalen. Hotellstatistikken inkluderer data på kapasitetsutvikling både i form av hoteller, rom og senger, kapasitetsutnyttelsen av senger og rom, samt priser per overnatting, solgte rom og tilgjengelige rom. Ovennevnte datagrunnlag bidrar til at man kan gjøre detaljerte analyser nærmere hotellbransjens produktivitetsutvikling fra et kapitalperspektiv.

Figuren viser at det har vært en sterk vekst i antall hotellrom i Norge fra 2000 til 2014. Veksten fra 56 100 hotellrom til 73 200 hotellrom innebærer en vekst på i overkant av 30 prosent, eller 1,9 prosent i året i gjennomsnitt. Det meste av kapasitetsveksten har imidlertid skjedd etter 2006; fra 2000 til 2006 var veksten på beskjedne 0,8 prosent i året, mens veksten var 2,8 prosent i året fra 2006 til 2014.

Den relativt svake kapasitetsveksten i første halvdel av 00-tallet i kombinasjon med sterk økonomisk vekst bidro

Figur 10: Utvikling innen antall rom, kapasitetsutnyttelse (indeksert), rompriser (indeksert – faste priser) og pris per disponibelt rom (RevPAR) (indeksert – faste priser). Kilde: Statistikknett.no



til å først trekke opp kapasitetsutnyttelsen med 17 prosent fra 2003 til 2007. I 2007 var kapasitetsutnyttelsen av rom på 57 prosent, langt over gjennomsnittet på 52 prosent for perioden sett under ett. Økt kapasitetsutnyttelse bidro til at hotellene økte prisene fra 2006 til toppen i 2008. I 2008 var gjennomsnittsprisen for et solgt hotellrom på 966 2014-kroner. De inflasjonsjusterte prisene har blitt redusert jevnt fra toppen i 2008 til 885 kroner i 2014, en realnedgang på nærmere 10 prosent totalt sett.

Produktivitetsindikatoren RevPAR (inntekt per disponibelt romdøgn) økte med nærmere 30 prosent fra en bunn i 2003 (411 2014-kroner) til toppen i 2008 (534 2014-kroner). Økt kapasitet i kombinasjon med konjunkturedgangen i finanskrisen gjorde at RevPAR falt raskt fra 2008 til 2009. Fra 2009 til 2014 har RevPAR ligget stabilt rundt 475 kroner. I samme periode har en svak nedgang i romprisene har blitt motsvart av en svak økning i kapasitetsutnyttelsen.

**3. REISELIVSNÆRINGENS PRODUKTIVITET
I ET INTERNASJONALT PERSPEKTIV**

3. | Reiselivsnæringens produktivitet i et internasjonalt perspektiv

I dette kapittelet vil norsk overnattings- og serveringsbransje sammenlignes med tilsvarende bransje i andre land. Vi har valgt referanseland på bakgrunn av turistmarked og -produkt, geografisk plassering og hvorvidt landet er en viktig besøksgruppe i Norge. Et annet viktig kriterium for valg av referanseland er at man har rapportert fullstendige data til OECDs internasjonale næringsdatabase (OECDs Stan 4 database).

Vi har valgt åtte referanseland: Danmark, Sverige, Finland, Nederland, Tyskland, Frankrike, Italia og Østerrike. De tre førstnevnte landene er nordiske økonomier hvor arbeidskraften har et internasjonalt sett høyt lønnsnivå og hvor lønnsstrukturen er mer sammenpresset enn i resten av Europa og verden. I tillegg er naturen en viktig del av de nordiske landenes attraksjonskraft, og man retter seg mot lignende markeder som norsk reiseliv gjør. Østerrike er valgt som referanseland på bakgrunn av at landet minner om Norge med henblikk på reiselivsprodukt (natur, fjell og vintersport) og at landet er en viktig konkurrent i det europeiske markedet. Østerrike har, som landene i Norden, god økonomi og et høyt lønnsnivå. Nederland, Tyskland, Frankrike og Italia er valgt som referanseland blant annet på grunn av at dette er blant de viktigste markedene for norsk reiselivsnæring, samtidig som landene er blant Europas største økonomier og turistland. I utgangspunktet ville vi ønsket å inkludere Storbritannia, USA og Spania blant referanselandene, men på grunn av begrensninger i OECDs datagrunnlag har disse landene blitt utelatt.

På grunn av begrensninger i datagrunnlaget på tvers av referanselandene tar denne internasjonale analysen kun for seg bransjene overnatting og servering, mens reisebyrå og reisearrangører er utelatt.

3.1. | Norsk overnattings- og serveringsbransje er relativt liten, men i vekst

Reiselivet i de ulike referanselandene varierer både i forhold til produkt, marked og forutsetninger. Vi vil her kort trekke opp noen hovedskillelinjer mellom landene.

En viktig forskjell er ulikt inntektsnivå per innbygger mellom landene. Det er et spenn i inntekter hvor de nordiske landene (sett bort i fra Finland) har et høyere inntektsnivå, mens Italia og Frankrike har et noe lavere inntektsnivå (IMF - BNP per innbygger 2014). Norge skiller seg ut med et langt høyere lønnsnivå for lavinnteksgrupper enn de andre landene, mens Italia, Frankrike og Tyskland har lavest lønnsnivået for lavtlønte¹⁴. Forskjeller i inntektsnivå og spredning i lønnsstrukturen betyr at landene har ulik kostnadsmessig konkurranseevne. Land med god tilgang på lavtlønnet arbeidskraft vil kunne produsere billigere reiselivstjenester. Samtidig betyr inntektsforskjellene at det er forskjell mellom landene med hensyn til nivået på den innenlandske etterspørselen. I et land som Norge har innbyggerne langt større evne til å bruke penger på ferie og restauranter enn i de fleste andre land. Inntektsforskjellene bidrar sannsynligvis til at det er forskjeller i befolkningenes reisevaner. Skandinaver og nord-europeere reiser oftere på utenlandsferie enn sør-europeere.

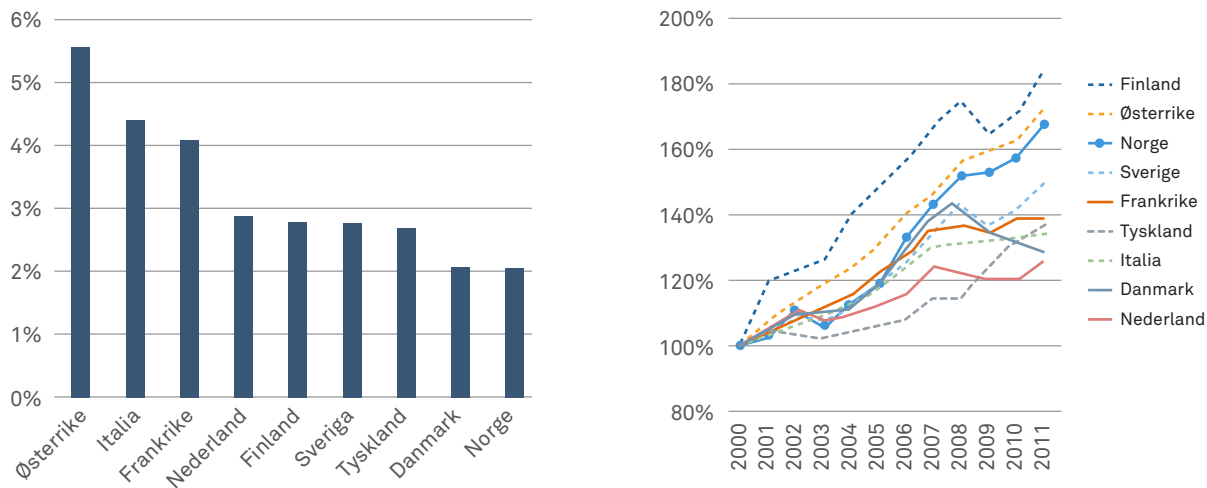
En annen forskjell mellom landene er at de nordiske landene er langt mindre tettbefolkede (med unntak av Danmark) og har færre innbyggere enn de resterende referanselandene. I tillegg ligger de nordiske landene lengre fra de største befolkningsansamlingene i Europa og reiselivet har dermed en svakere tilgjengelighet til utenlandsmarkedene. Dette virker negativt på konkurranseevnen til de nordiske landene, alt annet holdt likt.

Et tredje forskjell er at Østerrike, Italia, Frankrike, Tyskland, Nederland og Finland er land som har euro som valuta, mens Norge, Sverige og Danmark har sine nasjonale valutaer. Danmark har i motsetning til Norge og Sverige bundet seg til et fastkursregime mot euro, slik at den danske kronen følger den samme utviklingsbanen som euroen. I Norge og Sverige kan derimot den nasjonale valutaen påvirke landenes konkurranseevne i forhold til andre europeiske land på kort sikt. Denne analysen er gjennomført med euro som valuta, og utviklingen i norsk og svensk reiseliv i forhold til de andre landene påvirkes derfor også av valutakursendringer over tid.

Figuren på neste side viser overnattings- og serveringsbransjens andel av bruttonasjonalprodukt i de ulike landene, mens figuren til høyre viser indeksert utvikling i bruttoprodukt fra 2000 til 2011.

14 http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Annual_net_earnings,_2014_%28EUR%29_YB15.png (Eurostat - besøkt 07.07.2015)

Figur 11: a) Overnatting og serverings andel av BNP. b) Indeksert utvikling i verdiskaping innen reiselivet.¹⁵
Kilde: EY (2013) & OECD Stan 4 (2015).



Figuren over til venstre viser at overnatting og servering står for en klart større andel av bruttonasjonalproduktet i Østerrike, Italia og Frankrike sammenlignet med de andre landene. I Danmark og Norge står overnatting og servering for lavest andel av BNP. At overnatting og servering står for en større andel av Østerrikes, Italias og Frankrikes BNP skyldes delvis at disse landene har flest kommersielle gjestedøgn i forhold til innbyggertall, men også at befolkningene i disse landene har et høyere forbruk av serveringstjenester.

I Østerrike var det hele 110 millioner kommersielle gjestedøgn i 2014 og man hadde godt over dobbelt så mange gjestedøgn per innbygger som snittet for referanselandene. I Frankrike var det 402 millioner kommersielle gjestedøgn, flest av samtlige referanseland, mens det var 378 millioner kommersielle gjestedøgn i Italia samme år. Danmark og Tyskland skiller seg ut med få gjestedøgn per innbygger (henholdsvis 63 prosent og 72 prosent av gjennomsnittet for referanselandene). Norge har gjennomsnittlig gjestedøgnintensitet i forhold til referanselandene samlet sett.

Østerrike er blant landene i verden med høyest inntekter fra internasjonale turister. At noen av Europas vakreste og historisk-kulturelt viktigste byer ligger i Østerrike, samtidig som Alpe-naturen og de tilknyttede vintersportsstedene er lett tilgjengelig for store kundegrupper, gjør at Østerrike er et attraktivt turistland hele året. Wien tiltrekker seg en stor del av de internasjonale besøkende både på sommer og vinter, mens Salzburg er den nest viktigste stoppestedet på sommeren. I vintersesongen er vintersportssteder som Sölden, Saalbach-Hinterglemm, Sankt Anton og Obertauern mest besøkt.

Italia og Frankrike er også blant verdens mest besøkte land, men har ikke i nærheten av like mange kommersielle gjestedøgn per innbygger som Østerrike. En grunn til at overnattings- og serveringsbransjen likevel er så stor i forhold til landenes BNP er at italienere og franskmenn bruker en større andel av inntektene sine på å gå ut å spise og drikke enn befolkningen i Sentral- og Nord-Europa gjør. Italianere brukte 9,5 prosent av forbruket sitt på restauranter og hoteller, mot rundt 6 prosent i Norge, Danmark, Sverige og Finland. I tillegg reiser nord-europeere langt mer til utlandet enn italienere og

¹⁵ Tallene for Danmark er fra bransjene overnatting og servering, mens reisebyrå er ekskludert.

franskmenn, slik at en større andel av nord-europeeres forbruk tilfaller andre land, mens italieneres og franskmenns forbruk i større grad tilfaller næringen i eget land.¹⁶

Figuren over til høyre viser den indekserte utviklingen i bruttoprodukt i de ulike landene. Figuren viser at Norge er et av landene som har hatt sterkest verdiskapingsvekst. Norge har hatt en absoluttvekst på nærmere 70 prosent i løpende priser, og kun Finland og Østerrike har hatt sterkere vekst i perioden. Det synes å være en sammenheng mellom at land med god vekst i privat forbruk har god vekst innen overnatting og servering. Norge og Finland hadde sterkest vekst i innenlands forbruk av referanselandene i perioden sett under ett, med henholdsvis 3 prosent og 2,1 prosent årlig vekst, mot et gjennomsnitt på 1,2 prosent for de andre referanselandene. Nederland og Danmark er landene som har hatt svakest utvikling innen overnatting og servering og har begge hatt relativ svak utvikling i innenlandsk etterspørsel i perioden (hhv. 1,1 prosent og 1,2 prosent årlig vekst). Danmarks overnattings- og serveringsbransje hadde god verdiskapingsvekst fram til 2008, men finanskrisen traff bransjen hardt og landet har hatt svakest utvikling av

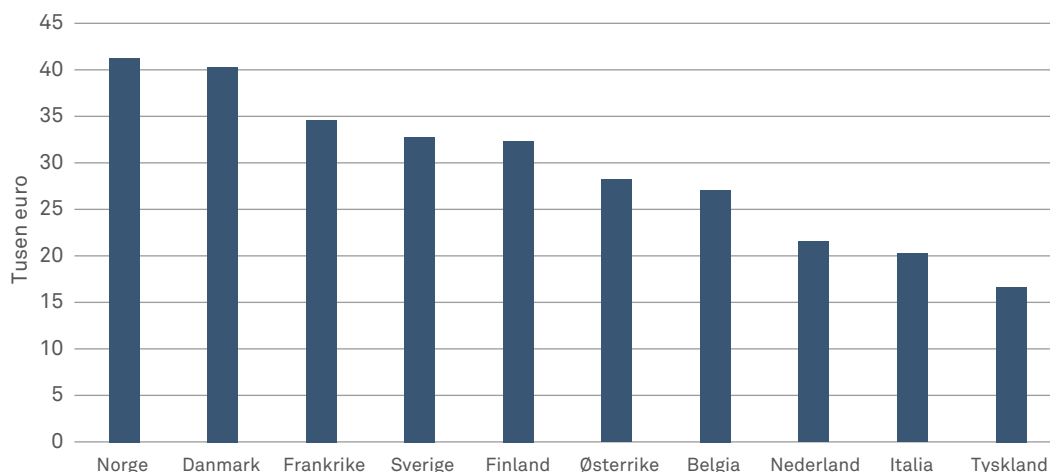
samtlig av referanselandene i etterkant. Nederlands utvikling innen overnatting og servering synes å være påvirket av den svake økonomiske veksten gjennom hele perioden, særlig i begynnelsen av 2000-tallet hvor dotcom-boblen gikk hardt utover veksten i landet.

3.2. | Høy arbeidsproduktivitet og god produktivitetsvekst i Norge sammenlignet med andre land

Norsk reiselivsnæring preges av at Norge er blant Europas rikeste land. Olje- og gassressursene har ført til at den norske stat har kunnet bygge opp Statens pensjonsfond utland (i dag omtrent 7000 milliarder kroner), har lagt grunnlag for om lag 250 000 arbeidsplasser og gitt en enorm vekst i årlige oljeinvesteringer utover 2000-tallet (fra 53 milliarder kroner i 2000 til 215 milliarder kroner i 2014).

De enorme olje- og gassressursene har skapt en norsk økonomisk særstilling som påvirker hele økonomien. Særstillingen påvirker særlig eksportnæringene som er avhengige av å være internasjonalt konkurransedyktige.

Figur 12: Bruttoproduct per sysselsatt innen overnatting og servering i 2012. Bruttoproduct per sysselsatt innen overnatting og servering i 2012. Norge og referanseland. Kilde: Eurostat (2015)



16 http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/2/2c/Country_of_origin_for_outbound_tourism_trips%2C_2013_%28%C2%B9%29_%28average_nights_spent_abroad_per_inhabitant_aged_15_years_or_more%29_YB15.png (Eurostat – Nettside besøkt 09.07.2015)

Reiselivsnæringen konkurrerer internasjonalt om turiststrømmene samtidig som næringen konkurrerer med andre norske næringer om tilgangen på innsatsfaktorer som kompetent arbeidskraft, kapital og tilpassede innsatsvarer og -tjenester. For at reiselivet ikke skal miste konkurranseevne er man avhengig av at det norske reiselivsproduktet ikke priser seg ut av den internasjonale konkurransen, samtidig som man klarer å tiltrekke seg arbeidskraft og kapital. Dersom norske kostnader vokser raskere enn i andre land, må produksjonen organiseres bedre og kvaliteten på produktene økes raskere enn hos konkurrentene. Figuren under viser arbeidsproduktiviteten i reiseliv i referanselandene.

Norsk reiseliv har høyest bruttoprodukt per ansatt blant våre referanseland. Hva skyldes den høye arbeidsproduktiviteten?

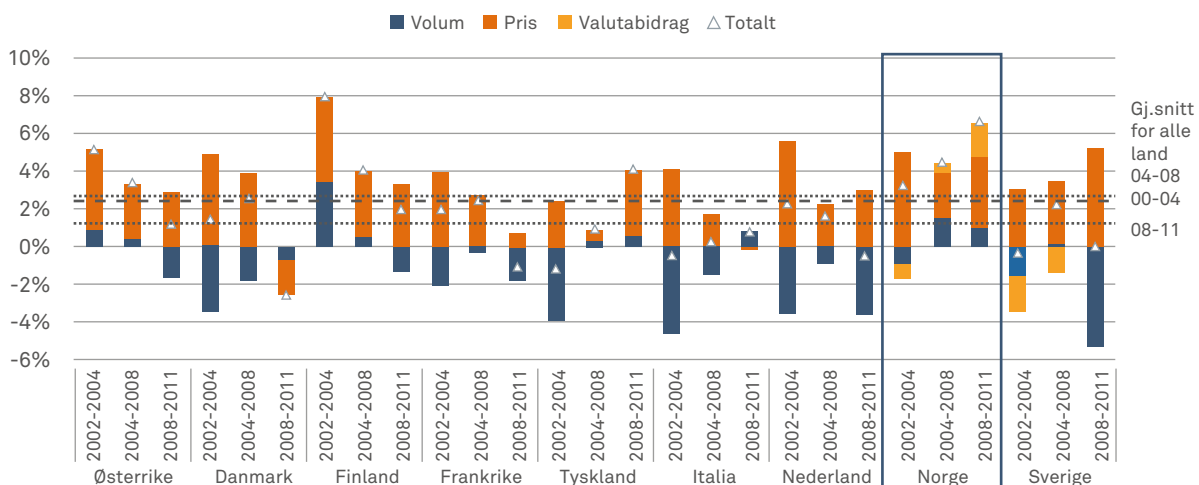
Høyt bruttoprodukt per ansatt innebærer at man sitter igjen med større verdier per ansatt i Norge enn i andre land. Det er viktig å huske på at høyere arbeidsproduktivitet i land med høyere lønnsnivå er naturlig. Den norske reiselivsnæringen må forholde seg til det norske arbeidsmarkedet, hvor det både er lav arbeidsledighet og et høyt

lønnsnivå bestemt gjennom kollektive forhandlinger. En høy arbeidsproduktivitet er et premiss for å kunne drive med næringsvirksomhet i Norge. I land hvor deler av økonomien er i sterk vekst, krever konkurransen om innsatsfaktorer stadig forbedret arbeidsproduktivitet også i andre deler av økonomien. Lykkes ikke bedriftene med å øke produktiviteten i takt med øvrig næringsliv, vil de verken klare å tiltrekke kompetente ansatte eller drive virksomheten lønnsomt. Det vil i sin tur føre til at næringen forvirtrer. På den annen side; dersom næringen er skjermet fra internasjonal konkurranse, vil bedriftene kunne overvelte sine økte lønnskostnader på kundene, noe som vil føre til at bruttoprodukt per ansatt i løpende kroner vokser – selv om hverken produksjonsvolum eller kvaliteten forbedres.

Figuren under viser veksten i arbeidsproduktivitet i faste og løpende priser i referanselandene i tre perioder fra 2000 til 2011.

Veksten er målt i euro og delt opp i volumvekst, prisvekst og valutakursendringer. Figuren viser at produktivitetsutviklingen i løpende priser i den norske bransjen (trekantssymbol i figuren) har vært økende positiv utover perioden. Som vi har sett tidligere var det negativ produktivitets-

Figur 13: Årlig produktivitetsvekst i pris, volum og valutakurseffekter sammenlignet i Euro. Norge og referanseland. Kilde: OECD Stan 4 (2015)



utvikling målt i volum (blå del av søyle) fra 2000 til 2004, mens fra 2004 til 2008 var volumutviklingen i bruttoprodukt per ansatt positiv. Preiseffekten (oransje del av søyle) var størst fra 2000 til 2004, noe svakere i 2004 til 2008 og igjen sterk fra 2008 til 2011. Den siste perioden inkluderte også en styrking av kronen (gul del av søyle) slik at norsk produktivitet målt i euro vokste enda mer.

” Norsk overnattings- og serveringsbransje er blant Europas mest produktive. Produktivitetsveksten har vært nødvendig for at norsk reiselivsnæring skal kunne konkurrere nasjonalt og internasjonalt.

Ser vi norsk arbeidsproduktivitetsutvikling i løpende priser i forhold til referanselandene har den vært bedre enn gjennomsnittet for referanselandene (tverrgående striper i figuren) for hver av de undersøkte tidsperiodene. I årene 2000 til 2004 var det Finland som hadde sterkest vekst i bruttoprodukt per ansatt, etterfulgt av Østerrike og Norge. I periodene 2004 til 2008 og 2008 til 2011 var Norge landet med høyest vekst i bruttoprodukt per ansatt. Finland hadde også god produktivitetsvekst i perioden 2004 til 2008, mens Tyskland hadde god vekst i siste periode. Det kan dermed synes som at landene med høy absolutt-

vekst i bruttoprodukt også er landene som har hatt sterkest produktivitetsvekst i løpende priser. Norge, Finland og Østerrike har hatt over gjennomsnittlig vekst i produktivitet for samtlige perioder. I Tyskland snudde utviklingen og man fikk sterk absoluttvekst i bruttoprodukt i siste periode, noe som også ga sterk produktivitetsvekst i denne perioden. Utviklingen i arbeidsproduktivitet i løpende priser i Danmark minner om utviklingen i norsk hotellbransje, hvor veksten før finanskrisen utløste en utbygging av hotellkapasitet. Fallet i etterspørsel sammen med økt kapasitet førte til svak produktivitetsutvikling (EY, 2013)

Figuren viser også at den gjennomsnittlige veksten i arbeidsproduktivitet i løpende priser for alle land har falt i etter finanskrisen fra henholdsvis 2,2 og 2,3 prosent til 1,2 prosent i siste periode. Svak volumeffekt og sterk priseffekt på bruttoproduktet synes å gå igjen i mange land, inkludert Norge som vi har sett tidligere i rapporten.

Norge har hatt en sterkere produktivitetsvekst i både faste og løpende priser enn referanselandene og når i tillegg verdien av norsk krone har økt over perioden er norsk overnattings- og serveringsbransje er blant Europas mest produktive. Produktivitetsveksten har vært nødvendig for at norsk reiselivsnæring skal kunne konkurrere nasjonalt og internasjonalt.

4. SIZE MATTERS – STORE
BEDRIFTER HAR HØYERE
PRODUKTIVITET

4. | Size matters – store bedrifter har høyere produktivitet

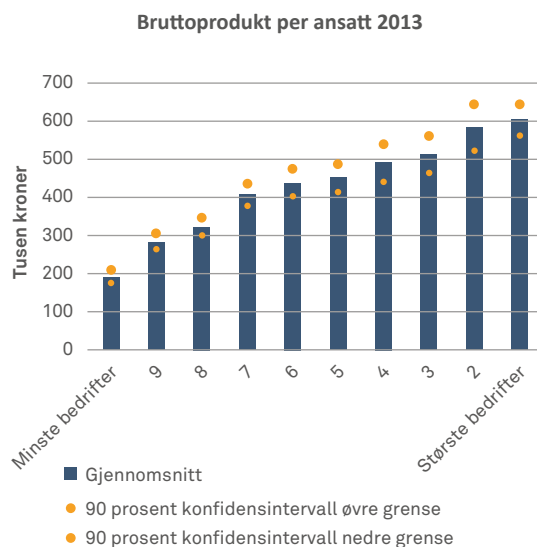
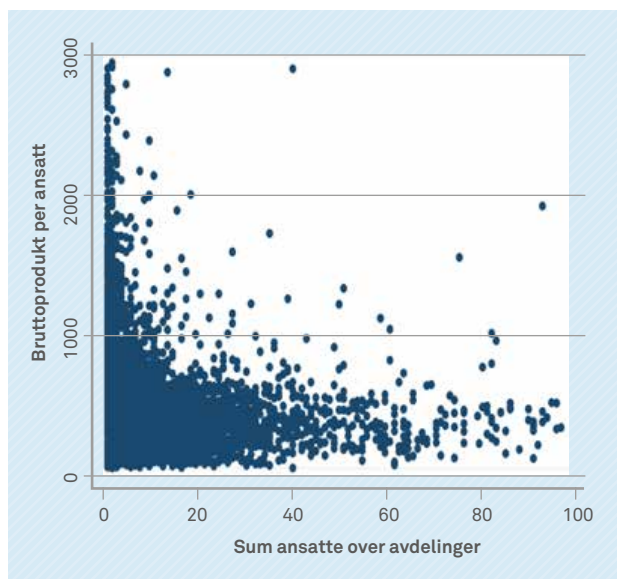
I de følgende kapitler vil vi undersøke sammenhengen mellom arbeidsproduktivitet og egenskaper med bedriftene selv (kapittel 4) og omgivelsene bedriftene befinner seg i (kapittel 5) og egenskaper med arbeidskraften (kapittel 6). Vi avdekker systematiske sammenhenger og mønstre, og formulerer hypoteser som kan testes grundigere i økonometriske analyser, også i videre forskningsarbeid.

I figuren nedenfor til venstre er antall ansatte og brutto-produkt per ansatt for alle reiselivsvirksomheter med mer enn 1 million kroner i omsetning plottet inn. Som figuren under til venstre viser er det stor variasjon mellom bedrifters arbeidsproduktivitet, og det er vanskelig å se noen sammenheng mellom størrelse og produktivitet.

Figuren til høyre viser at når man deler bedriftene inn i 10 grupper etter størrelse er det en sterk positiv sammenheng mellom størrelse og produktivitet. Mens de minste bedriftene har knapt 200.000 kroner i verdiskaping per ansatt, er verdiskapingen tre ganger høyere for bedrifter i de to største størrelseskategoriene. "At 90 prosenters konfidensintervall ligger såpass tett opp mot gjennom-snittsverdiene innebærer at sammenhengen er signifikant"

Det er en relativt klar sammenheng mellom arbeidsproduktivitet og bedriftsstørrelse i reiselivet i Norge. Sammenhengen mellom bedriftsstørrelse og arbeidsproduktivitet kan henge sammen med ulike momenter, blant annet stordriftsfordeler i produksjon og markedsføring, i tillegg til at større aktører kan antas å ha større markedsmakt.

Figur 14: Punktdiagram med verdiskaping per ansatt og bedriftens størrelse i 2013. Bedrifter med over 1 million kroner i omsetning. b) Gjennomsnittlig verdiskaping per ansatt med tilhørende 90 prosenters konfidensintervall. Inndelt i deciler etter antall bedrifter (631 bedrifter i hver kategori). Kilde: Menon (2015)



4.1. | Betydelige stordriftsfordeler i opplevelser, servering og formidling

Stordriftsfordeler synes å være en viktig faktor for å forklare variasjoner i arbeidsproduktivitet på tvers av bedrifter. Er stordriftsfordeler en viktig forklaringsvariabel i hver enkelt reiselivsbransje, og hva er det som i så fall gjør at bedriftsstørrelse er så avgjørende for bedriftenes evne til å betale lønn og oppnå gode driftsresultat?

I figuren under ser man svaret på første spørsmål. Her er hver av reiselivsbransjene delt inn i fire grupper etter bedriftsstørrelse. Kategorien «største bedrifter» inkluderer reiselivsnæringens 1 prosents største bedrifter, «store bedrifter» inkluderer 1-5 prosents største bedrifter, «mellomstore bedrifter» er næringen 5 - 25 prosent største bedrifter, mens resten er bedrifter som er mindre enn de 25 prosent største.¹⁷

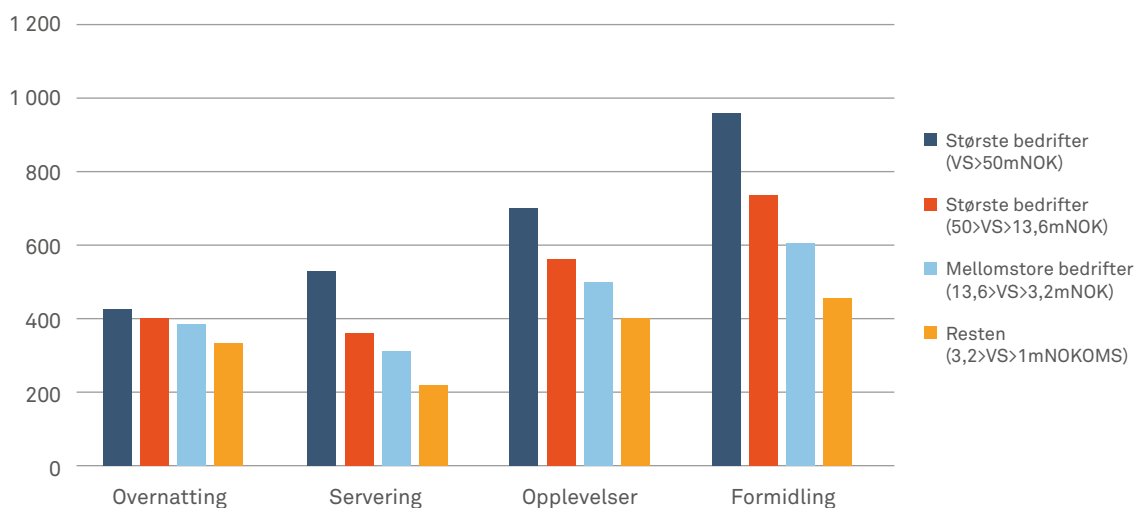
Som figuren viser er det relativt store variasjoner i stordriftsfordeler mellom de ulike bransjene. Innen servering og formidling er verdiskaping per ansatt mer enn dobbelt så høy blant de største bedriftene enn blant de minste, mens stordriftsfordelene synes også betydelig innen opplevelsesbransjen. Når det gjelder opplevelsesbransjen

er det viktig å påpeke at godt over halvparten av verdiskapingen skjer innen ikke-markedsrettet virksomhet og hvor høyere verdiskaping per ansatt ikke i nødvendigvis er et uttrykk for høyere produktivitet, men kanskje heller reflekterer at større og mer sentrale kulturinstitusjoner betaler høyere lønn til ansatte enn mindre institusjoner og mindre kommersielle bedrifter. Den tilsynelatende mangelen på stordriftsfordeler innen overnattingsbransjen undersøkes grundigere lenger ned.

Hva er årsaken til at arbeidsproduktivitet henger så tett sammen med bedriftsstørrelse?

Man kan se for seg at flere årsakssammenhenger knyttet til produkt- og faktormarked, bruk av arbeidskraft, kapital og organisering. Når det gjelder stordriftsfordeler i produkt- og faktormarkedet så vet man at større reiselivsbedrifter har større markedsrettet virksomhet enn mindre reiselivsbedrifter. Muligheten til å utnytte markedsrettet virksomhet 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, om ingen hotell, serveringssted eller flyselskap er så dominerende i markedet at det klarer å sette prisene langt høyere enn kostnadene uten å bli straffet av konkurrenter.

Figur 15: Verdiskaping per ansatt i reiselivsbransjene etter bedriftsstørrelse. Vektet snitt. Kilde: Menon (2015)



17 Den skjeve fordelingen skyldes at de aller fleste bedriftene i næringen er svært små. Hvis vi lot det være like mange bedrifter i hver gruppe, ville nesten all størrelsesvariasjonen ligget innenfor gruppen med de største bedriftene.

Større bedrifter og konsern har også mulighet til å være fleksible i lokale priskonkurranser, og kan bestemme pris i tråd med langsiktige konkurransestrategier. Som stor aktør er det også lettere å oppnå fordelaktige priser i faktormarkedene, både gjennom større innkjøp og ved bruk av markedsrett.

Det er særlige stordriftsfordeler knyttet til bedrifters bruk av arbeidskraft. 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 utdannelse og spisskompetanse på enkeltområder. Store bedrifter kan i større grad utvikle effektive arbeidsprosesser; hver enkelt ansatt har gjerne et mindre sett med klart definerte arbeidsoppgaver og bedrifter med flere lignende underenheter kan overføre beste praksis fra de mest effektive enhetene til de andre enhetene og slik kontinuerlig automatisere og effektivisere driften.

Større bedrifter har enklere for å få tilgang på kapital og investeringer fra både eiere, banker og eksterne finansører. Små bedrifter vil ofte lide under asymmetrisk informasjon mellom bedriften og kapitaleierne, noe som både vanskeliggjør tilgangen på kapital og betingelsene knyttet til finansiering. Større bedrifter vil være mer synlig i markedene og slite mindre med asymmetrisk informasjon.

Store bedrifter har også bedre forutsetninger for å satse på innovasjon, markedsarbeid og markedsføring.

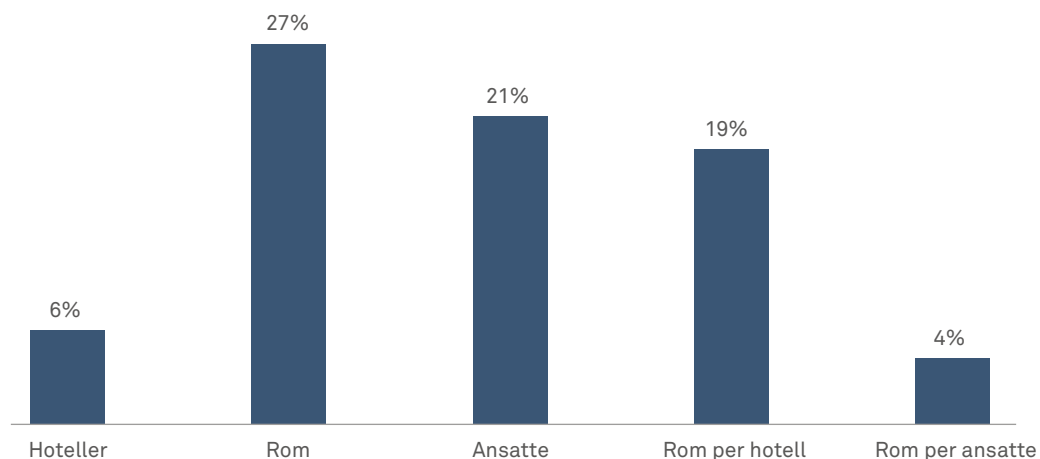
4.2. | Det er like mange rom per ansatt i store som i små hoteller

Et overraskende resultat er likevel at stordriftsfordelene innenfor overnatting synes å være langt mer beskjedne enn i de andre gruppene. Hva kan det skyldes?

Figuren under viser at antall hoteller økte med 6 prosent fra 2004 til 2014, mens antall rom økte med 27 prosent. Det betyr at gjennomsnittshotellet i Norge økte med 19 prosent over perioden. Økningen i antall rom per hotell har imidlertid blitt møtt av en nesten tilsvarende sterk vekst i antall ansatte, og større hoteller har kun medført 4 prosent flere rom per ansatt. En fire prosent vekst i hotellrom per ansatt tyder på at hotelldrift krever manuell arbeidskraft uavhengig av hotellstørrelse og at det er begrensede effektivitetsgevinster per ansatt ved å øke størrelsen på hvert enkelt hotell.

Figuren på neste side viser at store hoteller har like mange årsverk per rom som mindre hoteller. Inntekt per disponibelt romdøgn (RevPAR) er høyere i de største hotellene,

Figur 16: Vekst i antall hoteller, rom og ansatte i Norge fra 2004 til 2014.
Kilde: Statistikknett.no og Menon (2015)



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 lever i langt større grad av forretningsmarkedet bidrar til at man klare å holde trykket oppe hele året og får utnyttet hotellkapasiteten langt bedre. Slik selv om stordriftsfordelen synes å være mindre enn i de andre bransjene er det også reelle stordriftsfordeler innen overnatting.

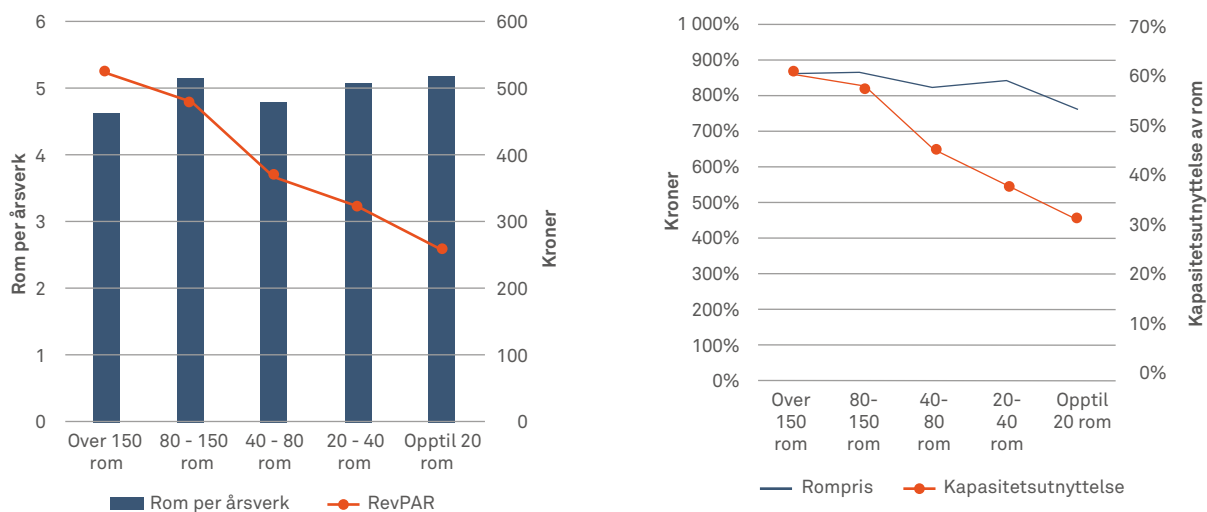
Hotellenes stordriftsfordeler varierer også med sentralitet. I de store byene har de små hotellene like høy kapasitetsutnyttelse som de store hotellene, på tross av de små hotellene har høyere sesongvariasjon (25 prosent høyere relativt standardavvik). De store hotellene i de store byene har imidlertid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

Gjestedøgnveksten har vært sterkest på hoteller i storbyene. I 2003 stod byområdene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger for 31 prosent av hotellgjestedøgnene, en andel økte til 39 prosent i 2013. Hotellveksten i de store byene har påvirket hotellstrukturen. At storbyene er viktige turistreisemål, har store yrkesmarked og store lokalmarked bidrar til at de største eierne og kjedene i hotellbransjen har satset i sentrale strøk og bidratt til både vekst i hotellstørrelse og integrering av bransjen. Samtidig innebar den svake turistutviklingen (frem til oljeprisfallet 2014) at tradisjonelle turisthoteller utenfor byene har hatt tøffe tider. Store og kjente høyfjells- og fjordhoteller som eksempelvis Dr. Holms, Storefjell, Hotell Alexandra og Pers hotell har slitt, mens konserntilknyttede hoteller i storbyene har hatt god vekst.

Figur 17: a) Rom per årsverk og RevPAR etter bedriftsstørrelse i 2012. b) Rompris og Kapasitetsutnyttelse etter bedriftsstørrelse i 2012. Kilde: Statistisk Sentralbyrå og Menon (2015)



4.3. | Stordriftsfordeler innen overnatting utnyttes i hotellkonsernene

De siste 10-20 årene har hotellbransjen i Norge blitt eiermessig integrert. Hotellkonsernene står for en større del av verdiskapingen. Mens kun 24 prosent av hotellenes verdiskaping var eid av (eller inngikk i en franchisebasert) hotellkonsern i 2003, var 33 prosent av verdiskapingen i 2013 innad i konsern. Konserndannelsene innen overnattingsbransjen er i seg selv et tegn på at det eksisterer stordriftsfordeler. Uten stordriftsfordeler ville det ikke vært gevinster å hente ved kjede- og konserndannelse. Figuren viser arbeidsproduktiviteten i hotellbedrifter etter hvorvidt bedriftene var en del av konsern i 2003 og 2013.

Figuren viser at hotellene utenfor konsern hadde høyere arbeidsproduktivitet enn konsernhotell i 2003, mens situasjonen var snudd i 2013.

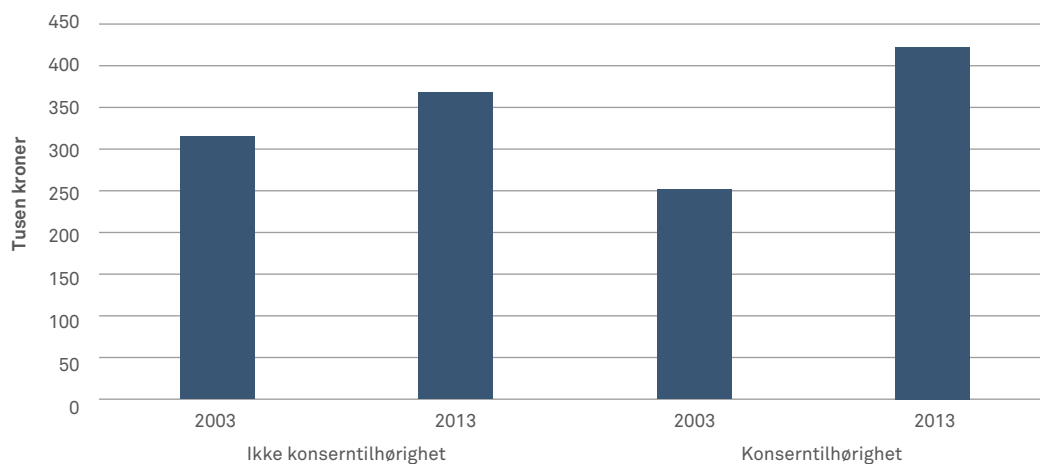
Konserntilhørighet og deltakelse i franchise-kjeder innebærer at selv om hotellene er separate virksomheter, kan alle aktiviteter med stordriftsfordeler løftes opp på kjedenivå og utføres på vegne av hotellbedriftene. Dette gjelder for eksempel innkjøp, markedsføring og booking-

systemer. Dermed kan stordriftsfordelene innenfor overnatting kamufleres av at hotellene er separate bedrifter. For å teste om mangelen på stordriftsfordeler i overnatting er reell eller om stordriftsfordelene tas ut på kjedenivå, har vi skilt ut hotellbedriftene som har referanse til konserntilknytning i firmanavn. Det vil si at samtlige bedrifter med Choice-konsepter (Clarion, Quality, Comfort), Thon, Scandic, Radisson Blu, Park Inn eller First i firmanavnet registreres som bedrifter med konserntilhørighet, mens resten av bedriftene registreres som ikke-konserntilhørighet.¹⁸ Dette er en enkel måte å skille ut hotellene som er en del av større konsern, og det må påpekes at metoden ikke er perfekt. Enkelte hotell kan ha samarbeid med konsern uten at konsernets navn inngår i hotellets firmanavn, og slik sett dra nytte av hotellkonsernets skalafordeler uten å være integrert i konsernet. Enkelte bedrifter eies også av større konsern uten at dette reflekteres i firmanavnet.

Figurene på neste side viser forholdet mellom konsernhoteller og andre overnattingsbedrifter.

Figuren til venstre viser at konsernhotellene dominerer verdiskapingen blant de aller største bedriftene, altså bedrifter med over 50 millioner kroner i verdiskaping,

Figur 18: Bruttoprodukt per ansatt i hotellbransjen etter konserntilhørighet. Inflasjonsjustert. Vektet snitt.
Kilde: Menon



18 Kjeditilhørighet er bedrifter med Thon, Rezidor, Scandic, Nordic, Clarion, Choice, Quality, Comfort, First eller Rica registrert i bedriftsnavnet sitt.

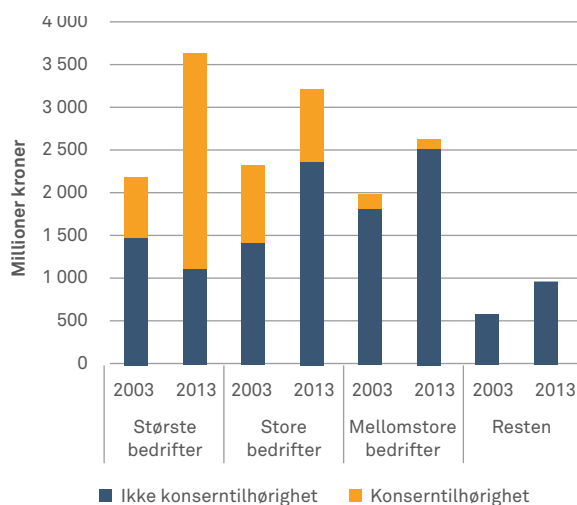
mens blant mindre bedrifter er overnattingsbedrifter som ikke er del av konsern dominerende. Figuren over til høyre viser arbeidsproduktivitetsveksten (inflasjonsjustert og inkluderer derfor relative prisendringer) i bedrifter som har hatt omsetning over hele perioden fra 2003 til 2013. Det vi betegner som konserntilhørende overnattingsbedrifter har vært i et konsern over hele perioden, mens hoteller utenfor konsernene har vært utenfor konsernene hele perioden. Figuren viser altså kun overnattingsbedrifter som har eksistert i hele perioden, og enten vært uavhengig hele perioden, eller vært en del av en kjede i hele perioden. Dette er gjort for at bedriftene skal være mest mulig sammenlignbare.

Figuren viser at arbeidsproduktivitetsveksten blant konsernhotellene har vært langt sterkere enn innen overnattingssteder utenfor konsern, uavhengig av bedriftsstørrelse. Lineær regresjon av produktivitetsvekst fra 2004 til 2013 viser at korrelasjonen er statistisk signifikant.

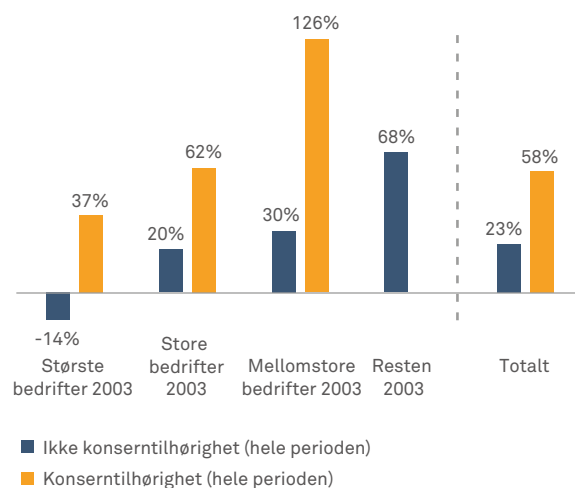
Figurene under viser tall fra 2003 til 2013.¹⁹ Produktivitetsveksten innen både konserntilknyttede hoteller og ikke-konserntilknyttede overnattingssteder har variert over perioden, men veksten har stort sett vært sterkere innen hotellkonsernene enn andre overnattingsbedrifter over hele perioden. Fra 2003 til 2008 var produktivitetsveksten (fortsett inkludert relative priser) sterkest, mens fra 2008 til 2013 avtok produktivitetsveksten både innen konsern-hotellene og innen andre overnattingsbedrifter. Denne utviklingen stemmer godt med både utvikling innen kommersielle gjestedøgn, kapasitetsutnyttelse, prisutvikling og utviklingen i bruttoprodukt innen bransjen. Overnattingsbransjen opplevde sterk etterspørselsvekst i årene 2003 – 2008, hvor produktiviteten økte raskt, og da særlig innenfor konsernhotellene, mens etter finanskrisen fikk etterspørselen en knekk samtidig som kapasiteten på hotellene økte.

Figur 19: a) Fordeling av bruttoprodukt mellom overnattingsbedrifter med konserntilhørighet og andre bedrifter. Inflasjonsjustert. Vektet snitt. b) Vekst i verdiskaping per ansatt i overnattingsbedrifter med konserntilhørighet og andre bedrifter. Inflasjonsjustert. Vektet snitt. Kilde: Menon (2015)

Overnatting: Fordeling av bruttoprodukt 2003 og 2013



Overnatting: Realvekst i bruttoprodukt per ansatt 2003-2013



¹⁹ Perioden 2003-2013 er valgt på grunn av at variabelen for firmanavn i 2004 mangler (ellers er valgt tidsperiode i dette delkapittelet 2004-2013). Sensitivitetsanalyser viser at endret valg av tidsperiode ikke påvirker resultatet i nevneverdig grad.

5. EKSTERNE STORDRIFTS-
FORDELER – GEOGRAFI PÅVIRKER
PRODUKTIVITET

5. | Eksterne stordriftsfordeler – geografi påvirker produktivitet

5.1. | Reiselivet er mer produktivt i storbyene

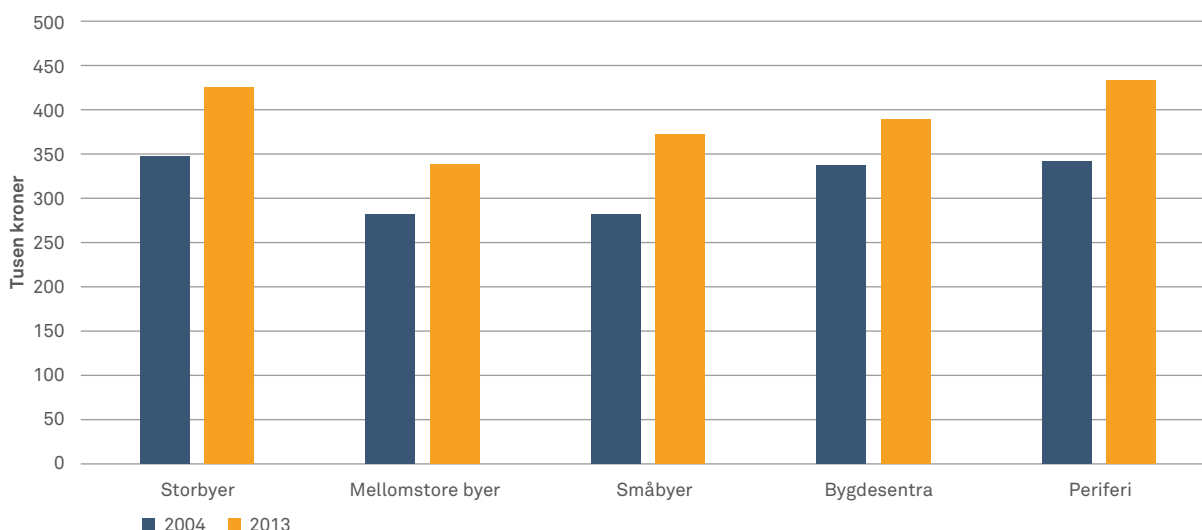
Reiselivsnæringen er geografisk spredt og står for en større andel av verdiskapingen i distriktene enn i mer sentrale strøk, og da særlig i Nord-Norge og deler av Vestlandet (Iversen, Jakobsen, Løge, & Sandvik, 2015). Reiselivsnæringen i ulike deler av landet retter seg også mot ulike markeder. I mer tettbefolkede områder, da særlig det sentrale Østlandet og rundt de største byene, er lokalmarkedet, både lokalbefolkning, dagsturisme og næringslivet, sentrale markeder for reiselivsnæringen, mens i mindre sentrale strøk er turistmarkedet relativt viktigere. I tillegg er det forskjeller i reiselivsnæringens lokale faktortilgang. Tilstanden i særlig arbeidsmarkedet vil variere lokalt etter utviklingen i andre næringer og den lokale bosettingsutviklingen.

Figuren under viser arbeidsproduktiviteten i 2004 og 2013 delt inn etter Norsk Institutt for by- og region-

forskning sin sentralitetsindeks (NIBRs sentralitetsindeks).²⁰ Analysen er gjort på avdelingsnivå i bedriftene, noe som innebærer at bedrifter med hovedkontor i for eksempel Oslo og andre kontorer rundt omkring i landet, vil stå for verdiskaping rundt omkring i landet og ikke bare i Oslo hvor hovedkontoret ligger.

Figuren viser at arbeidsproduktiviteten i reiselivsnæringen er høyest i storbyene (Oslo med omland, Bergen, Trondheim og Stavanger). Arbeidsproduktiviteten i mellomstore byer er lavest, deretter stiger arbeidsproduktiviteten 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 de største hotellene ligger, de mest kjente teatrene og museene, samt at det er langt større uteliv i form av restauranter, cafeer 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 kan ansette arbeidskraften hele året. Dette er positivt for intern kompetansebygging.

Figur 20: Bruttoproduct per ansatt i reiselivsnæringen i 2013 delt inn etter NIBRs sentralitetsindeks. Inflasjonsjusterte tall. Vektet snitt. Kilde: Menon (2015)



²⁰ Se (Norsk Institutt for by- og regionforskning, 2013) for nærmere beskrivelse av sentralitetsindeksen.

En viktig årsak til at produktivitet i reiselivet synes å øke fra mellomstore byer utover til periferien er bransjesammen-
setningen på de ulike sentralitetsnivåene. I mer sentrale
strøk (storbyer og mellomstorebyer) står serverings-
næringen for en større andel av verdiskapingen i næringen.
Serveringsnæringens arbeidsproduktivitet er laveste blant
reiselivsbransjene samtidig som serveringsbransjens pro-
duktivitet er signifikant høyere i de største byene i forhold
til mellomstore byer, småbyer og bygdesentra. At servering,
som er lite produktiv, ligger i sentrale strøk trekker derfor
produktiviteten ned, særlig i mellomstore byer.

I tabellen under har vi studert forskjellene mellom
arbeidsproduktivitet i storbyer og de andre sentralitets-
nivå, bransje for bransje. Vi har i tillegg kontrollert for
bedriftsstørrelse for å skille mellom produktivitet som
følger av stordriftsfordeler og produktivitet som følger av
sentralitet. Tabellen viser at det er tydelige sentralitets-
gevinster innen særlig servering og formidling, men også
til en viss grad overnatting og opplevelser.
Et interessant funn er at det synes å være økende produk-
tivitet utover i periferien innenfor servering. Vi har testet
funnet ved å kjøre en regresjon uten store byer og resul-

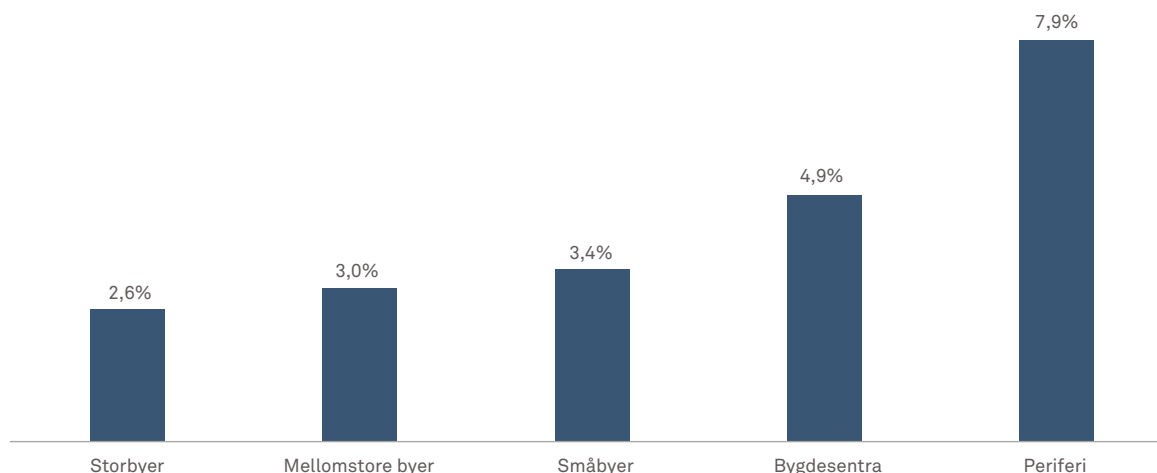
tatet indikerer at serveringssteder i periferien har høyere
produktivitet enn i mellomstore byer. Dette kan skyldes at
konkurranse korrelerer med sentralitet. På mindre steder
er markedet gjerne stort nok for ett eller to serveringsste-
der, mens etterspørselen tillater mange flere aktører
å eksistere parallelt i mer sentrale strøk. Mindre konkur-
ranse gir serveringsstedene mulighet til å utnytte lokal
markedsrett ved ta høyere prismarginer enn i områder
med sterkere konkurranse. En annen årsak verdt å nevne
er at man gjerne i større grad benytter heltids arbeidskraft
i mindre sentrale strøk, mot mer deltid i byene. Siden våre
analyser baserer seg på ansattetall og ikke årsverk, vil dette
i så fall innebære at det er flere ansatte per årsverk i byene
sammenlignet med i mindre sentrale strøk.

En siste årsak til høyere produktivitet er at reiselivs-
intensiteten øker utover i perifere strøk. I de minst
sentrale områdene ligger viktige spesialiserte reisemål
som eksempelvis Nordkapp, Hemsedal, Tjøme og mange
andre viktige hyttekommuner. Turismen er derfor jevnt
over en viktig inntektskilde i de minst sentrale delene av
landet. Se figuren på neste side.

Tabell 2: Regresjoner av forskjellen mellom sentralitetsnivå i storbyene og andre sentralitetsnivå. Avhengige variabel
er den naturlige logaritmen til omsetning per ansatt i 2013. Kontrollert for bedriftsstørrelse. Koeffisientene
kan tolkes som prosentvis forskjell i produktiviteten fra store byer. Estimaten som er statistisk signifikant
forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosents nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner.
Kilde: Menon (2015)

NIBR SENTRALITET	OVERNATTING	SERVERING	OPPLEVELSER	FORMIDLING
Bedriftsstørrelse (oms.)	2.32e-06	8.69e-06***	-1.93e-07	2.90e-06
Mellomstore byer	-.0722902	-.1465658***	-.2144093***	-.4398944***
Småbyer	-.1319226**	-.1370947***	-.1379589*	-.589619***
Bygdesentra	-.0453196	-.1095921***	-.1942464**	-.6083337***
Periferi	-.0954036*	.0315413	-.3245814***	-.5970516***
Konstantledd	6.905811***	6.530197***	7.253344***	7.966977***
Observasjoner	1272	3869	1115	563
R ²	.0082245	.0371011	.0166829	.0829943

Figur 21: Gjennomsnittlig reiselivsintensitet i kommuner etter sentralitetsnivå. Reiselinvsnæringens (utenom transport) andel av verdiskapingen i markedsrettet næringsliv.
Kilde: Menon (2015)



5.2. | Klynger er forbundet med høyere produktivitet

Reiselivsnæringen er en næring som både eksisterer i de fleste av landets kommuner, da lokalbefolkning og lokalt næringsliv har behov for både overnattingsmuligheter, serveringstjenester og et kulturelt tilbud. Samtidig tenderer reiselivet mot å konsentrere seg i næringsklynger rundt populære attraksjoner. I motsetning til mange andre næringer eksisterer reiselivsnæringen i de fleste av landets kommuner, da lokalbefolkningen og det lokale næringslivet har behov for både overnattingsmuligheter, serveringstjenester og et kulturelt tilbud. Tidligere var det også større behov for lokale formidlingstjenester i form av lokalkontor av reisebyråer som kunne ordne fly-

billetter, overnatting og pakkeferier for befolkningen, men økt bruk av internett har redusert behovet for direkte kundekontakt, og dermed er ikke formidlingsbransjen like geografisk spredt som den en gang var.

Reiselivsbedrifter lever til dels av turisme, både internasjonal og nasjonal, og turister trekkes til områder med spennende natur, interessant historie og kultur. At turismen i større grad trekkes enkelte mer attraktive regioner på grunn av både naturgitte og menneskeskapte attraksjoner, medfører at etterspørselen etter reiseliv ikke er jevnt fordelt mellom kommunene. Reiselivsnæringen spiller altså en langt viktigere økonomisk rolle i enkelte kommuner enn andre kommuner, og et interessant spørsmål i den forbindelse er hvorvidt produktiviteten i

reiselivsnæringen varierer med betydningen av reiselivet i kommunene. Det kan finnes gode grunner til å tro at reiselivsintensitet har en positiv effekt på næringens produktivitet.

En årsak til sammenheng mellom arbeidsproduktivitet og reiselivsintensiteten i kommunen følger av at kommuner med mye reiseliv jo nettopp er attraktive reiselivsdestinasjoner med høy etterspørsel, og at dermed bedriftene på slike steder også har mulighet til å ta høyere prismarginer. Andre årsaker til høyere produktivitet kan være knyttet til såkalte klyngemekanismer eller agglomerasjonsmekanismer.

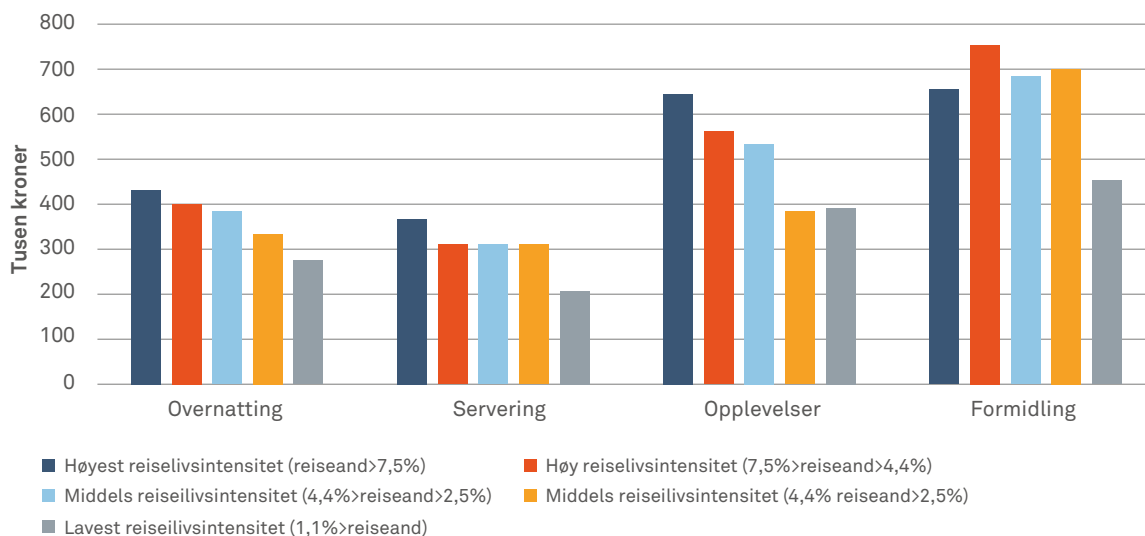
Det viktigste fundamentet for teorier om agglomerasjonsmekanismer finnes i Alfred Marshalls bok, *Principles of Economics* fra 1896. Marshall identifiserte tre kilder til "lokalisering", det vil si til klyngedannelser. Disse står fremdeles sentralt i økonomisk geografi/spatial økonomi og i teori om næringsklynger:

- Felles marked for kompetent personell
- Vare- og tjenesteleverandørers spesialiseringsmuligheter.
- Kunnskapsspredning.

De viktigste bidragsyterne²¹ innen faget ny økonomisk geografi, der agglomerasjon og klyngedannelse står sentralt, peker alle på de samme industrielle klyngemekanismene som Marshall fremhevet. For det første antas det at arbeidstilbudet og variasjonen i antall arbeidsplasser gjensidig forsterker hverandre (labour market pooling). For det andre vil antallet og variasjonen i leverandører og etterspørere også forsterke hverandre (oppstrøm/nedstrømsmekanismer). Til sist vil kunnskapsoverføring mellom bedrifter med nære bånd eller nær avstand også kunne bidra til klyngedannelser (spillovers).

Figuren under viser sammenhengen mellom brutto-produkt per ansatt og reiselivsintensiteten i kommunen i

Figur 22: Sammenheng mellom bruttoprodukt per ansatt og reiselivets lokale betydning i kommune i 2013. Vektet snitt. Kilde: Menon (2015)



21 Eksempelvis Paul Krugman, Anthony Venables, Diego Puga, Jean Francios Thisse og M. Fujita (se Fujita et al. (1999) og Fujita og Thisse (1996))

hver enkelt reiselivsbransje. Vi har delt kommunene inn i 5 intervaller fra 20 prosent høyest reiselivsintensitet til 20 prosent lavest reiselivsintensitet. Av kommunene med høyest reiselivsintensitet finner vi kjente spesialiserte reisemål som blant annet Trysil, Hemsedal og Hol (Geilo). De store byene ligger innen høy reiselivsintensitet (Trondheim, Bergen og Stavanger) og middels intensitet (Oslo).

Figuren viser at det er sammenheng mellom reiselivsintensitet i kommune og reiselivets bruttoprodukt per ansatt i 2013. Korrelasjonen er statistisk signifikant innen overnatting, servering og opplevelser, mens innen formidling synes det ikke å være en sammenheng. Argumentasjonen for hvorfor det eksisterer en sammenheng synes å henge godt sammen med resultatet. Overnatting, servering og opplevelser er avhengig av lokal etterspørsel i kommunen, mens formidlingsbransjen lever i stor grad av nettbasert salg og er dermed uavhengig av fysisk nærheten til etterspørselen. Ved spesialiserte reisemål kan overnattings-, serverings- og opplevelsesaktørene utnytte stordriftsfordeler i et tilpasset arbeids- og underleverandørmarked. Det vil gjerne være god tilgang på personell med riktig type erfaring og kunnskap, og det er gjerne lokale spesialiserte bedrifter som kjenner til hotellenes behov og kan tilby tilpassede tjenester. Slike klynge mekanismer gir økt produktivitet i næringen.

5.3. | Lokal etterspørselsvekst og produktivitetsvekst henger tett sammen

I dette delkapittelet undersøker vi hvorvidt reiselivsnæringens produktivitet påvirkes av vekst i reiselivsnæringen i kommunen. Som nevnt tidligere er den relative prisutviklingen blitt inkludert i disse produktivitetsberegningene (inflasjonsjusterte tall). Dette utvidede produktivitetsmålet innebærer at både klassisk produktivitet (volum) og prismarginer som følge av markeds-, etterspørsels- og kvalitetsendringer på produktet kan drive opp produktiviteten i bedriftene og næringen. At relative prisendringer inkluderes innebærer også at produktivetsmålet vårt vil i større grad fange opp trekk ved etterspørselsutviklingen i tillegg til ren produksjonseffektivitet. Dersom et produkt er blitt mer populært og selger kan ta høyere pris på

produktet vil dette slå ut i høyere arbeidsproduktivitet. Det er god grunn til å tro at etterspørselsvekst og produktivitetsvekst henger tett sammen. En bedrift har ulike måter den kan respondere på en økt betalingsvillighet i markedet. Enten kan bedriften øke produksjonen ved å øke bruken av innsatsfaktorer proporsjonalt, eller så kan bedriften både bruken av innsatsfaktorer mindre enn proporsjonalt og i tillegg øke produktiviteten. Bedrifter som opplever rask og sterk økning i etterspørselen har ofte ikke mulighet til å øke bruken av innsatsfaktorer like raskt, da det kan være vanskelige å tiltrekke seg passende arbeidskraft og utstyr på kort tid. Dermed øker arbeidsbyrden på de innsatsfaktorer man allerede har tilgang på og produktiviteten øker. Det er også grunn til å tro at produktivitetsvekst legger til rette for etterspørselsvekst ved at økt produktivitet gir bedriften mulighet til å både øke produksjonen for en gitt mengde innsatsfaktorer og redusere pris.

” De mest produktive bedriftene vil kunne konkurrere om kundene på pris, samtidig som de mest produktive bedriftene vil kunne tiltrekke seg de dyktigste talentene.

Figuren på neste side viser sammenhengen mellom vekst i total verdiskaping og produktivitetsvekst i reiselivsnæringen på kommunenivå i løpende priser fra 2004 til 2013.

Figuren på neste side viser at det er sammenheng mellom absoluttvekst i verdiskaping og vekst i verdiskaping per ansatt og at en prosents økning i verdiskapingsveksten fører til en halv 0,4 prosents økning i produktivitetsveksten. En enkel lineær regresjon viser korrelasjonen mellom absoluttvekst i verdiskaping innen reiseliv i en kommune og arbeidsproduktivitetsvekst innen reiseliv i samme kommune er statistisk signifikant.

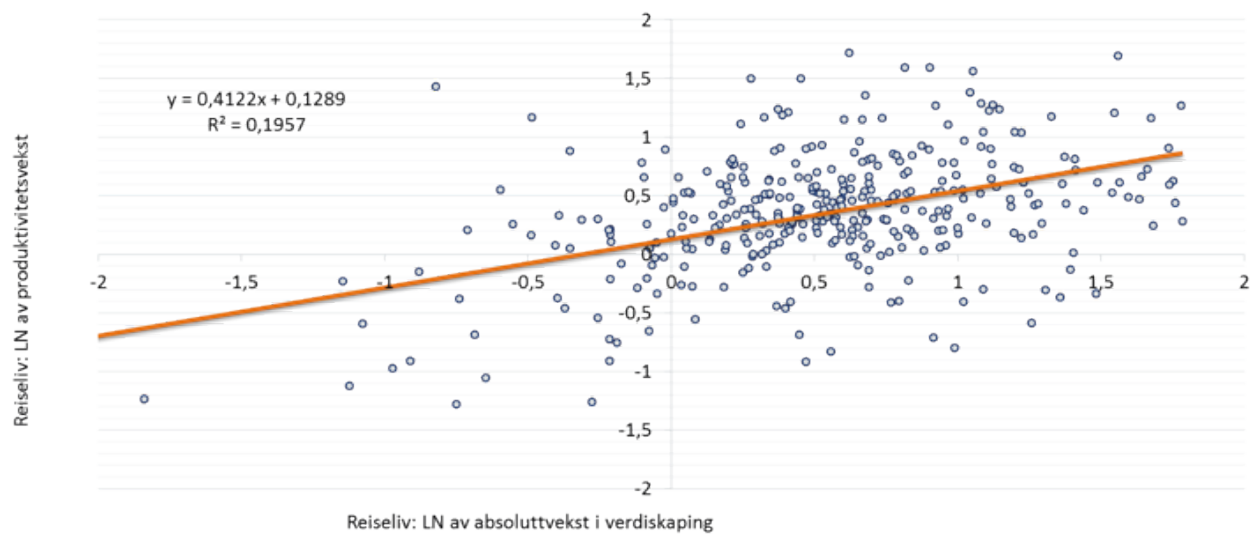
Sammenhengen er ikke overraskende. At bedrifter som opplever vekst i inntekter vil møte veksten ved å øke

utnyttelsen av innsatsfaktorer i tillegg til å øke bruken innsatsfaktorene er å forvente. Utviklingen i hotellbransjen fungerer som godt eksempel. I årene 2004 – 2008 var både etterspørselsveksten og produktivitsveksten god i bransjen. I 2008 førte finanskrisen til en knekk i etterspørsel, mens fortsatt kapasitetsvekst bidro til samtidig til lavere produktivitet i årene som fulgte. Etterspørselen endret seg mest, mens bruken av innsatsfaktor endret seg mindre. Kommuner som opplever sterk etterspørsel vil kunne utnytte arbeidskraften bedre, mens kommuner

med svekket etterspørsel gjerne vil ha arbeidsstyrke med mindre å gjøre. Etterspørselsutvikling og produktivitet (inkludert relative priser) henger tett sammen.

I tillegg skaper produktivitsvekst mulighet for etterspørselsvekst. Produktive bedrifter vil ha bedre evne til å konkurrere i både produkt- og faktormarkeder: De mest produktive bedriftene vil kunne konkurrere om kundene på pris, samtidig som de mest produktive bedriftene vil kunne tiltrekke seg de dyktigste talentene.

Figur 23: På kommunenivå: Sammenhengen mellom vekst i næringslivet og vekst i reiselivet.
Kilde: Menon



5.4. | Lokal produktivitetsvekst i annet næringsliv korrelerer med produktivitetsvekst i reiselivet

I dette delkapittelet undersøker vi hvorvidt reiselivs-bedriftene blir mer produktiv når andre næringer øker produktiviteten. En slik sammenheng vil kunne henge sammen med både lokale konjunkturer som både påvirker verdiskapingen i næringslivet ellers og dermed også reiselivsnæringen. En sammenheng mellom produktivitet i næringslivet ellers og reiselivet kan også komme av at det er knapphet på innsatsfaktorer i produksjonen, særlig innenfor arbeidsmarkedet som er av lokal art.

Figuren under viser sammenhengen mellom veksten i arbeidsproduktiviteten i næringslivet og produktivitetsvekst i reiselivet fra 2004 til 2013.

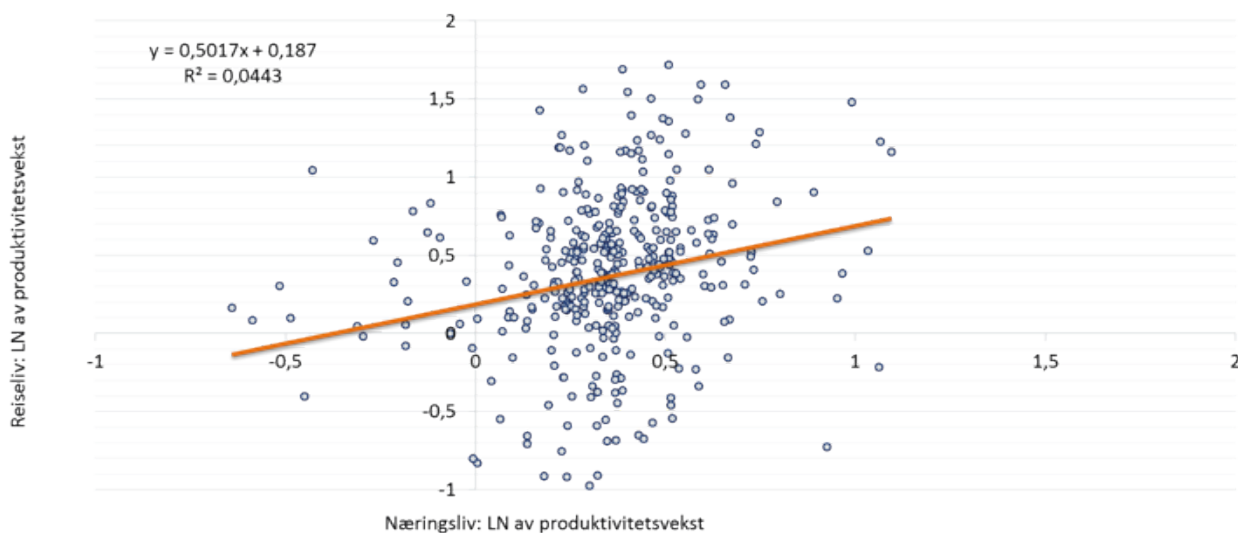
Den lineære korrelasjonen mellom endringer i næringslivets produktivitetsvekst og endringer og reiselivsnæringens produktivitetsvekst er statistisk signifikant. En prosents økning i produktivitetsveksten i næringslivet korrelerer

med 0,5 prosents økning i produktiviteten i reiselivet i norske kommuner fra 2004 til 2013. Som vi ser av R^2 , er mindre av reiselivets produktivitetsvariasjon forklart av næringslivets produktivitetsvekst ($R^2=0,0443$) enn av reiselivsnæringens absoluttvekst i verdiskaping ($R^2=0,1957$).

Korrelasjonen synes å være sterk og tyder på at lokale forhold i arbeidsmarkedet er relativt viktig for produktivtetsutviklingen i reiselivsnæringen. Vi har testet hvorvidt absolutt verdiskapingsvekst i næringslivet henger sammen med produktivitetsvekst i reiselivet uten resultat.

At produktivtetsutviklingen i reiselivsnæringen henger sammen produktivtetsutviklingen i hele næringslivet kan skyldes at hele næringslivet, inkludert reiseliv, i kommuner med press i arbeidsmarkedet, i større grad må møte produksjonsøkninger med produktivitetsforbedringer. En annen forklaring kan være at derom enkelte produktive næringer dominerer næringslivet lokalt, vil krysseierskap, kulturpåvirkning og profesjonalisering dra opp produktivteten i andre næringer, inkludert reiselivet.

Figur 24: På kommunenivå: Sammenhengen mellom vekst i bruttoprodukt per ansatt i næringslivet og i reiselivet. 2004-2013. Naturlige logaritmer. Kilde: Menon (2015)



A photograph of two women in business attire (dark blazers over white shirts) working together in a modern office. They are looking down at a document held by the woman on the left. The woman on the right has a name tag. In the background, there is a wall with the word 'REGISTRATION' partially visible and a shelf with various items. A large, polished metal bell is in the foreground on the right. The text '6. ARBEIDSKRAFT – VIKTIG KILDE TIL PRODUKTIVITETSFORSKJELLER' is centered over the image, flanked by two vertical orange lines.

6. ARBEIDSKRAFT
– VIKTIG KILDE TIL
PRODUKTIVITETSFORSKJELLER

6. | Arbeidskraft – viktig kilde til produktivetsforskjeller

Arbeidskraften er en viktig kilde til produktivetsvariasjoner. I dette delkapittelet kartlegger vi sammenhengen mellom ulike egenskaper ved arbeidskraften til reiselivsbedriftene og arbeidsproduktiviteten i bedriftene.

6.1. | Arbeidskraftens nasjonalitet

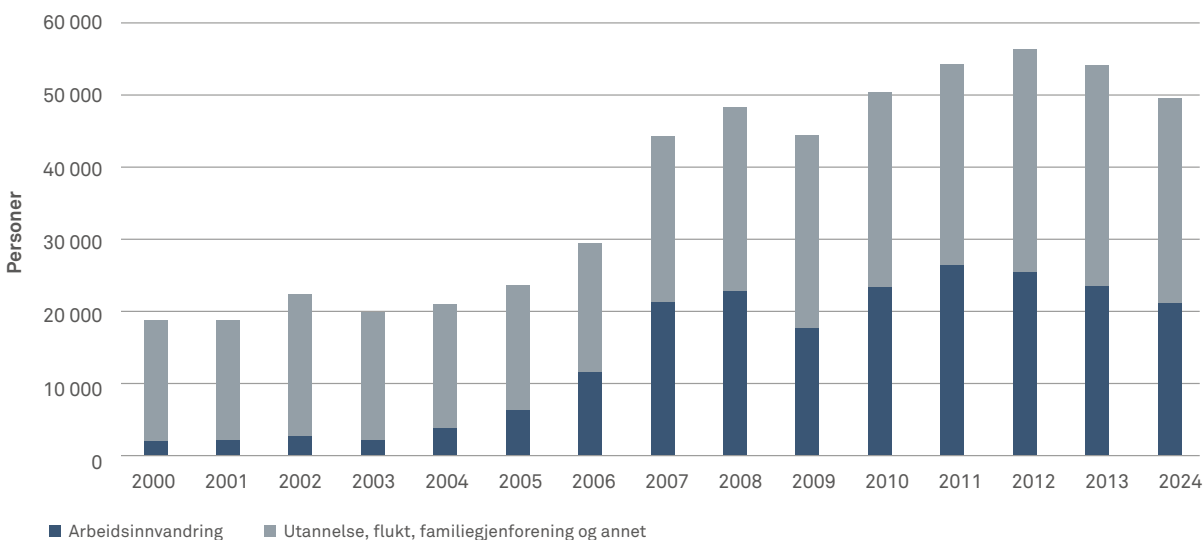
Det har vært en sterk vekst i bruk av i innvandet arbeidskraft innen reiseliv siden 2008

De siste 10 årene har det skjedd en sterk økning i antall innvandrere som har kommet til Norge. I forbindelse med utvidelsen av EU-området mot øst i 2004 økte arbeidsinnvandringen fra omtrent 2 000 arbeidstakere i året til over 20 000 arbeidsinnvandrere årlig fra 2007 til i dag. I tillegg den store innvandringen fra Øst-Europa har den sterke makroøkonomiske utviklingen i Norge i forhold til Euro-området ført til økt arbeidsinnvandring fra særlig Sør-Europa. Figuren under viser årlig arbeidsinnvandring til Norge fra 2000 til 2014.

Figur 25 viser at det var en beskjeden arbeidsinnvandring til landet ved begynnelsen av 00-tallet, mens det fra 2005 til 2007 var svært sterk økning i årlig arbeidsinnvandring. Fra 2007 til i dag har årlig arbeidsinnvandring ligget mellom 18 000 (2009) og 27 000 (2011). I tillegg til den sterke veksten i arbeidsinnvandring har det vært en økning i andre former for innvandring (utdannelse, flukt, familiegjenforening og annet) slik at den samlede årlige innvandringen har økt fra rundt 20 000 personer i året i før 2006 til over 50 000 personer etter 2010.

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 enn gjennomsnittet for norske arbeidstakere. Slike egenskaper innebærer at innvandrerarbeidskraften i større grad er relevant for enkelte yrker enn for andre. Innvandrerandelen øker mest i yrker hvor det både er mindre krav til formell kompetanse og hvor norskkunnskaper er mindre viktig, mens innvandrerandelen øker langt saktere i yrker hvor det kreves spesialisert utdanning og gode norskkunnskaper.

Figur 25: Årlige innvandringer til Norge etter innvandringsgrunn. Kilde: Statistisk sentralbyrå (2015)



Flere yrker innen reiselivsnæringen stiller begrensede krav til utdanning og norskkunnskaper. Innen overnatting er det mulighet for å jobbe med rengjøring, matlaging og servering uten at man må ha tatt en utdanning eller behersker norsk. Innen serveringsbransjen kan man både jobbe som kokk og servitør uten formell utdanning, og norskkunnskaper er ikke nødvendigvis av stor betydning. Innen transportbransjen må arbeidstakerne selvfølgelig ha de nødvendige sertifikatene, mens norskkunnskaper ofte ikke er et krav.

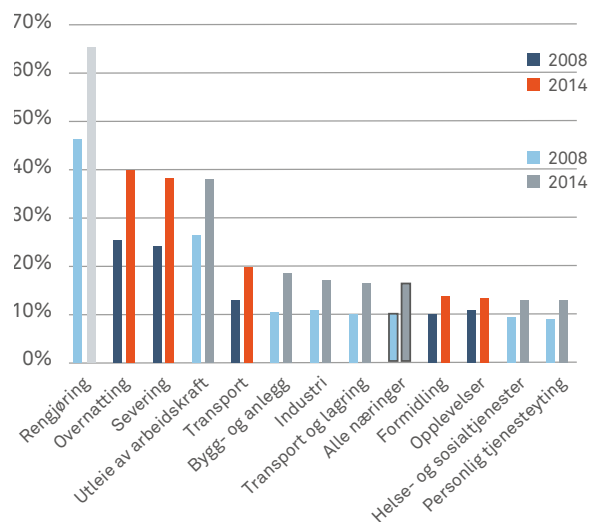
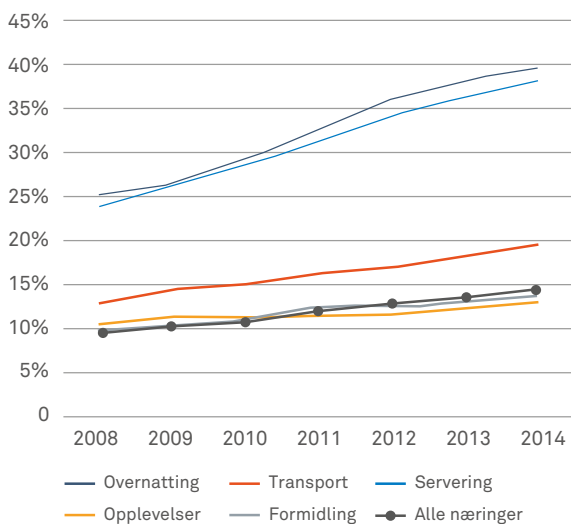
Figuren under viser utvikling i andel ansatte med innvandrerbakgrunn²² innen reiselivsbransjene fra 2008 til 2014 og andel ansatte med innvandrerbakgrunn i reiselivsbransjene sammenlignet med utvalgte næringer i 2014.

Figuren til venstre viser at andelen ansatte med innvandrerbakgrunn i alle næringer samlet økte fra 10 prosent i 2008 til 14 prosent i 2014. Andelen innvandrere i reiselivsbransjene overnatting og servering økte fra rundt

25 prosent i 2008 til i underkant av 40 prosent i 2014. Samtidig har innvandrerandelen økt fra 13 til 20 prosent innen transport, mens andelen økte fra 10 prosent til 13 prosent innen overnatting og formidling. Veksten i bruk av innvandrerarbeidskraft har økt med omtrent 60 prosent innen reiseliv fra 2008 til 2014.

I figuren til høyre sammenlignes reiselivsbransjene med andre næringer. Figuren viser at overnattingsbransjene overnatting og servering har høye andeler innvandrere blant de ansatte; noe under nivået fra rengjøringsbransjen og noe over nivået innen utleid arbeidskraft. Innvandrerandelen innen transportbransjen ligger omtrent på samme nivå som innen bygg og anlegg, mens nivået innen formidling og opplevelser er like under snittet for alle næringer. Dette harmonerer godt med de generelle mønstre vi beskrev ovenfor. Innvandrere ansettes i stor grad i arbeidsintensive næringer som ikke krever spesialisert utdanning.

Figur 26: Utviklingen i innvandrerandel blant alle næringer samt overnatting, servering og utvidet transportnæring fra 2008 - 2012. Estimerte tall for 2012 – 2014 for reiselivsbransjene. b) Andel innvandrere innen utvalgte næringer i 2014. Kilde: Menon (2015) og Statistisk sentralbyrå (2015)



²² Innvandrer er her definert som ansatte i virksomheten som er født i utlandet av utenlandskfødte foreldre og registrert bosatt i Norge ifølge Det sentrale folkeregisteret. Norskfødte personer med innvandrerforeldre regnes altså ikke som innvandrere her, mens folkeregistrerte svensker er inkludert i tallmaterialet.

I hvilke typer bedrifter jobber ansatte med innvandrerbakgrunn i reiselivsnæringen?

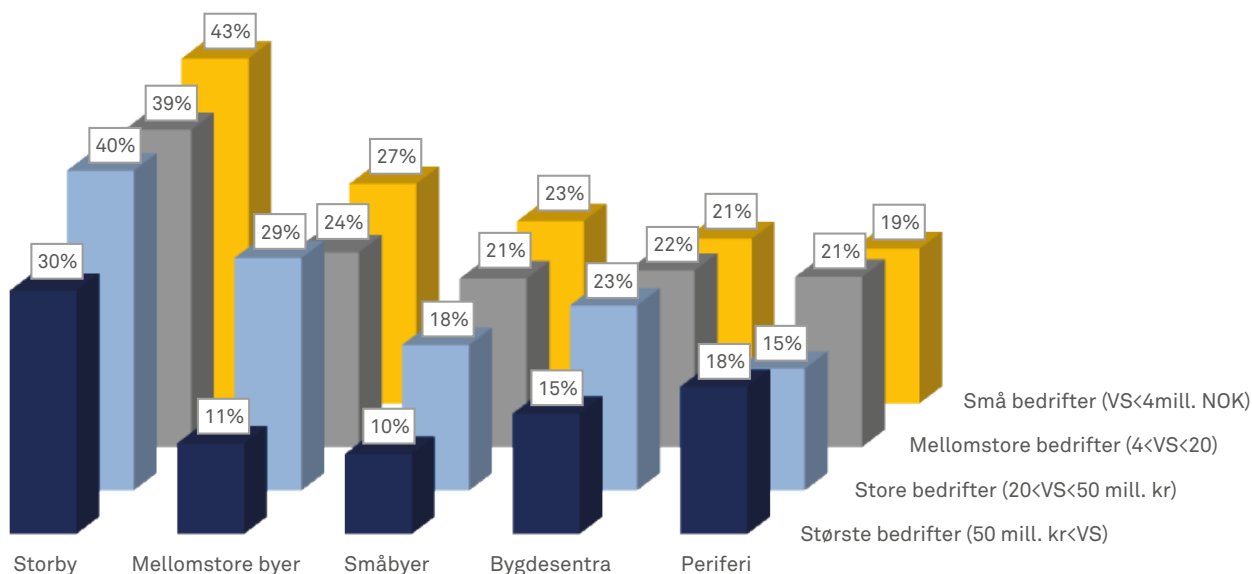
31 prosent av arbeidskraften i reiselivsnæringen var ansatte med innvandrerbakgrunn i 2014. Menon har data på egenskaper ved arbeidskraften på bedriftsnivå for årene 2008 til 2012. Se vedlegg for utfyllende informasjon om disse dataene. Totalt sett var 12,9 prosent av sysselsatte i Norge innvandrere i 2012, mens andelen innen reiseliv var litt over dobbelt så høy, med 27 prosent samme år. Figuren under viser andelen innvandrere blant de ansatte i reiselivsnæringen differensiert etter sentralitetsnivå og bedriftsstørrelse.

Bruken av innvandret arbeidskraft i reiselivsnæringen følger til dels den geografiske fordelingen av innvandrerbefolkningen i Norge med flest innvandrere i storbyene og færre i mindre sentrale strøk. Innen overnatting er like i underkant av 50 prosent av arbeidskraften utenlandskfødt med utenlandskfødte foreldre i storbyene, mot rundt 30 prosent i resten av landet. Det samme mønsteret finner vi igjen innen servering og transport. Innen formidling og opplevelser er sammenheng mellom bruk av andel innvandret arbeidskraft og sentralitet svakere.

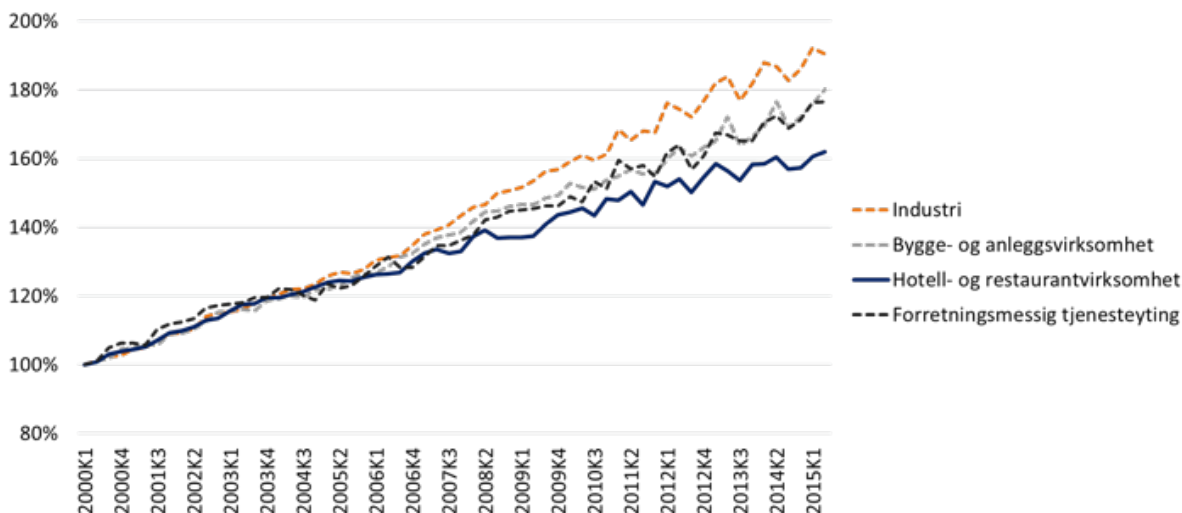
Det er flere innvandrere i mindre bedrifter og relativt færre innvandrere i de største bedriftene. Dette kan skyldes at innvandrere har større vanskeligheter med å få seg jobb enn nordmenn, og derfor i større grad starter egne bedrifter. Innvandrere i nylig oppstartede serveringsbedrifter er av årsakene til at innvandrere er overrepresentert i småbedrifter. At utlendingsandelen i store bedrifter er lavere enn i andre bedrifter skyldes muligens at store bedrifter har flere spesialiserte stillinger og stiller høyere krav til formelle kvalifikasjoner enn andre bedrifter. En mulig forklaring på at innvandrere er underrepresentert i store bedrifter er at de som gruppe har lavere formell kompetanse.

Det er altså flest innvandrere innen de mest arbeidsintensive delene av reiselivsnæringen, i sentrale strøk og i de minste bedriftene. Vårt neste spørsmål er, på hvilken måte har innvandrerarbeidskraft påvirket produktivitet, lønn og lønnsomhet i reiselivsnæringen? Figuren under viser lønnsveksten innen hotell- og restaurantvirksomhet sammenlignet med industri, bygg og anlegg og forretningsmessig tjenesteyting. Figuren viser at det har vært svakest vekst innen overnatting og servering, særlig etter 2007 da innvandringen økte drastisk.

Figur 27: Andel av arbeidskraften med innvandrerbakgrunn etter sentralitet og bedriftsstørrelse i 2012.
Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2015)



Figur 28: Indeksert lønnsvekst i industri og hotell- og restaurantvirksomhet. Kilde: Statistisk sentralbyrå (2015)



Har innvandring påvirket produktivitet og lønn innen overnatting og servering?

Enkel tilbud- og etterspørselsteori tilsier at økt arbeids-tilbud av innvandret arbeidskraft vil redusere lønnsnivået i ufaglærte yrker relativt til andre yrker over tid, mens antall arbeidsplasser innen ufaglærte yrker vil øke. Dersom den innvandrede arbeidskraften er kvalitativt like god som den norske arbeidskraften vil bedriftenes lønnsomhet øke, mens redusert kapitalintensivitet (ved substitusjon mellom innsatsfaktorene) vil redusere arbeidsproduktiviteten.

Lønn og arbeidstimer i arbeidsmarkedet er bare delvis styrt av tilbud og etterspørsel. Lønnsdannelsen i Norge styres i en stor grad av kollektive lønnsforhandlinger hvor partene i arbeidslivet enes om lønnsbetingelser gjennom tariffavtaler, arbeidstidsbetingelser og spesielle ordninger for hver enkelt yrkesgruppe. Ikke alle arbeidstakere er omfattet av tariffavtaler, eksempelvis er kun 20 prosent av arbeidstakerne innen hotell og restaurant organisert i fagforening, en sterk nedgang fra 2004 (Bjørnstad & Nymoen, 2015). 40 prosent av arbeidstakerne er omfattet av tariffavtaler ved å arbeide på arbeidsplasser dekket

av tariffavtale (Berge, Nergaard, & Trygstad, 2013).²³ Det er imidlertid også nokså vanlig at man følger tarifflønn i bedrifter hvor man selv ikke har undertegnet tariffavtale (Holden, 2013).

Figur 26 viste at overnattings- og serveringsbransjene har hatt en sterk økning i sin bruk av innvandrerarbeidskraft fra 2008 til i dag, mens de andre reiselivsbransjene har gjennomsnittlig vekst. At mange innvandrere har funnet sin arbeidsplass i overnattings- og serveringsbransjene er helt i tråd med hva man skulle forvente. I disse bransjene tilbys det jobber hvor arbeidskraften ikke trenger utdanning, hvor språkkunnskap er av mindre betydning og hvor det ofte ikke er krav til tidligere arbeidserfaring. På lik linje har krav til utdanning, fagbrev, norskkunnskaper og erfaring begrenset arbeidsinnvandrernes mulighet til å finne arbeid innen transport, opplevelser og formidling. Det har derfor ikke forekommet et like sterkt sjokk på arbeidstilbudet i disse bransjene. At 60 prosent av arbeidskraften innen overnatting og servering ikke er omfattet av tariffavtaler gir grunnlag for å tro at sterk vekst i innvandet arbeidskraft kan ha påvirket lønnveksten, lønnsomhet og produktivitet i disse bransjene.

²³ Dersom en arbeidsplass har knyttet seg til en tariffavtale forplikter arbeidsgiver å legge til grunn tariffavtalens vilkår, også for ansatte i bedriften som ikke er organisert slik at tariffavtalene omfatter flere ansatte enn de organiserte.

Sammenheng mellom andel ansatte med innvandrerbakgrunn og produktivitet på næringsnivå.

Det er gjort flere norske studier av hvordan sterk vekst i bruk av utenlandske sysselsatte har påvirket arbeids-tilbudet og lønnsveksten i ulike næringer. Gjeldsvik, Nymoen, & Sparmann (2015) finner at innvandring har virket dempende på lønnsdannelsen i industrien, som er frontfag i lønnsforhandlingene, og at innvandringen dermed har påvirket lønnsdannelsen i Norge generelt. Bjørnstad (red.) (2015) har sett på de fire næringene i Norge hvor tariffavtaler har blitt allmenngjort.²⁴ Studien viser at innvandringen fra 2004 til 2014 i seg selv bremsset utviklingen i lønningene i byggenæringen og vakt- og eiendomstjenester, som inkluderer renholdnæringen, med om lag 8 prosent. Konsekvensen av innvandringen i bygge- og anleggsnæringen samlet er estimert til nesten 19 prosent.

Bernt Bratsberg og Oddbjørn Raaum (2013) finner at innvandring presser lønnen i berørte yrkesgrupper. Deres resultater viser at en økning i innvandrerandelen på 1 prosentpoeng innebærer reduksjon i lønna på mellom 0,5 og 1 prosent for dem som får flere arbeidsinnvandrere i sin gruppe. Effekten på årlig yrkesinntekt er enda kraftigere, hvilket indikerer at innvandringen også har virkning på årlig arbeidstid.

Som en første analyse av innvandringens påvirkning på produktivitet, lønnskostnader og driftsmargin i reiselivsnæringen har vi satt opp en enkel lineær regresjon for

å se på ulikheter på næringsnivå. Dataene våre gjelder for tidsperioden 2008 – 2012 og er gruppert på næringskoder (femsifrede nacekoder). Et problem som lett oppstår i denne typen analyser er at tidstrender påvirker resultatene. Om trendene er uobserverbare vil de kunne skape store problemer ved at man feilaktig tilegner sammenhengen en kausal tolkning. En måte å kontrollere for tidstrender på tvers av bedriftene er å inkludere årsummyer, det vil si en 0-1 variabel for hvert enkelt år. Vi bruker i dette tilfellet årsummyer for å kontrollere for at en generell vekst i andelen innvandrere og en generell vekst i produktivitet ikke tolkes som at den økte innvandrerandelen forårsaket vekst i produktivitet. Inkludering av årsummyer betyr at vi ser på variasjoner i produktivitet innad i hvert år som skyldes variasjoner i andel innvandrere innad i hvert år.

For å framheve hvor sikre man kan være på at sammenhengene er reelle, har vi merket estimatene som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosents nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner.

Den lineære regresjonen viser at bransjene som har fått en sterk økning i andel innvandrere samtidig er lavproduktive bransjer. En prosents økning i andel innvandrere henger sammen med 1 prosent lavere arbeidsproduktivitet. Økt andel innvandrere ser også ut til å henge sammen med lavere lønnskostnadene per årsverk, men sammenhengen er ikke signifikant. Andelen innvandrere henger ikke sammen med forskjeller i lønnsomhet mellom næringene.

Tabell 3: Sammenhengen mellom andelen innvandrere og verdiskaping, lønnskostnader og driftsmargin mellom næringskodene i reiselivsnæringene. Kontrollert for årsvariasjoner. Estimaten som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosents nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner. 2008-2012. Kilde: Menon (2015)

	LN (VERDISKAPNING PER ÅRSVERK)	LN (LØNSSKOSTNADER PER ÅRSVERK)	LN (DRIFTSMARGIN)
Areal innvandrere)	-.969*	-.422	.005
Standardfeil	(.556)	(.488)	(.122)
N	149	149	149

24 Byggfagsoverenskomsten fra januar 2007, verkstedoverenskomsten fra desember 2008, overenskomsten for jordbruks- og gartnerinæringene fra januar 2010 og renholdsoverenskomsten fra september 2011.

Sammenheng mellom andel ansatte med innvandrerbakgrunn og produktivitet på kommunenivå

En annen tilnærming for å undersøke sammenhengen mellom andelen innvandrere og lønn og produktivitet i reiselivsnæringen er å sammenligne veksten i innvandrere innen overnatting og servering opp mot produktivitetsveksten i de samme næringene i hver enkelt kommunene. Vi kan da sammenligne kommunene opp mot hverandre (standard lineær regresjon gruppert på kommunenivå) eller vi kan sammenligne utviklingen innad i hver enkelt kommune (faste effekter).

Tabellen under viser sammenhengen mellom andel innvandrere og produktivitet, lønn og driftsmargin per årsverk innen overnatting og servering mellom kommuner.

Tabellen viser at det er en positiv sammenheng mellom innvandrerandelen og lønnskostnader per årsverk mellom kommuner. Det vil si at kommuner som har en høyere andel innvandrere har et høyere lønnsnivå innen både overnatting og servering enn andre kommuner. Hva kan dette skyldes?

Resultatet kan tolkes i tråd med tidligere funn. Bratsberg (2015) finner at innvandrere er mer mobile enn nordmenn og flytter til områder med bedre arbeidsbetingelser. På den måten bidrar innvandrere til å dekke arbeidsgivernes lokale behov for arbeidskraft. Ifølge Bratsberg stod innvandrere for 72 prosent av økningen

i arbeidstilbudet i Norge fra 2003 til 2013 og dermed svært viktig for vekstforetak og regioner med behov for arbeidskraft.

I tillegg til å se på variasjonene mellom kommuner har vi også sett på sammenhengen mellom vekst i andel innvandrere og produktivitet innad i kommunen gjennom en såkalt faste effekter-modell. En stor utfordring man møter når man skal måle effekten av en variabel på en annen, er at man potensielt står overfor uobserverbare variabler med betydning for sammenhengen. Noen kommuner har høyere produktivitet på grunn av markedsforhold som større kjøpekraft og flere innbyggere, mens de samme kommunene har høyere andel innvandrere av andre årsaker. Ved å benytte paneldata, altså data hvor hver kommune observeres over flere tidsperioder, kan vi benytte metoder for å unngå problemer med uobserverbare egenskaper som er faste over tid.

Faste effekter-metoden går ut på å benytte seg av variasjon i de aktuelle utfalls- og forklaringsvariablene over tid innad i hver observasjonsenhet. Man kan tenke på det som en dummyvariabel for hver observasjonsenhet. En slik variabel vil fange opp sammenhengen mellom utfallsvariabelen og alle forskjeller mellom observasjonsenhetene som er faste over tid. I praksis vil man heller benytte seg av en metode der man transformerer data til avvik fra snittet over tidsperioden for hver observasjonsenhet. Man ser altså på sammenhengen mellom forklaringsvariablenes avvik fra snittet i hver observasjons-

Tabell 4 : Sammenhengen mellom andelen innvandrere og verdiskaping, lønnskostnader og driftsmargin mellom næringskodene i reiselivsnæringene. Kontrollert for årsvariasjoner. Estimatenes som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosents nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner. 2008-2012. Kilde: Menon (2015)

	OVERNATTING			SERVERING		
	LN (Vs per årsverk)	LN (Lønn per årsverk)	LN (Drimarg.)	LN (Vs per årsverk)	LN (Lønn per årsverk)	LN (Drimarg.)
Andel innvandrere	-.115	.085*	-.050	.130	.082***	.014
Standardfeil	(.168)	(.050)	(.052)	(.085)	(.028)	(.029)
R ²	0.2	.10	0.00	.07	.21	.02
N	1200	1200	1200	1066	1066	1066

enhet og utfallsvariabelens avvik fra snittet i hver observasjonsenhet. Siden de faste effektene for hver kommune antas å ikke endre seg over tid vil de ikke avvike fra snittet og de faste effektene tas i praksis ut av spesifikasjonen. For en mer utførlig forklaring, se Skogstrøm m.fl. (2015), Angrist og Pischke (kap.5, 2009) og Greene (2002).

Tabellen under viser en faste-effekter regresjon mellom andel innvandrere og produktivitet. Vi har tatt ut kommuner med færre enn 15 ansatte i bransjene i gjennomsnitt per år og kommuner med svært store produktivitetsvariasjoner for å redusere støy i datasettet. Kommuner med svært få ansatte og veldig høye produktivitetsvariasjoner vil sannsynligvis påvirkes av investeringer eller nedleggelse av enkeltbedrifter som igjen vil påvirke estimatene.

Tabellen viser at innvandring påvirker overnatting og servering på ulike måter. Økt andel innvandrere innen overnatting i en kommune skaper lavere produktivitet og lavere lønnskostnader innen overnatting i kommunen, mens andel innvandrere påvirker produktivitet, lønnskostnader og lønnsomhet positivt innen servering.²⁵ Hva kan dette skyldes?

En forklaring kan være at overnatting og servering er grunnleggende ulikt organisert. Overnattingsbransjen består av større og gjerne konserntilknyttede bedrifter,

mens serveringsbransjen kjennetegnes av å være en lite konsolidert bransje med et høyt innslag små eierdriftede organisasjoner. Eier- og organisasjonsstrukturen påvirker lønnsdannelsen, sysselsettingsstrategien og lønnsomheten.

Overnattingsbransjen er i større grad blitt konsolidert og ledelsesfunksjoner er blitt profesjonalisert over lengre tid og medført et større skille mellom overnattingsbedriftens inntektsutvikling og lønnsutvikling. Går det godt med bedriften vil dette i større grad slå ut i høyere lønnsomhet fremfor lønnsvekst, i motsetning til innen servering hvor økte inntekter i små eierdriftede serveringsbedrifter lettere fører til økte lønnskostnader fordi eieren tar ut økt lønn til seg selv og sine nære medarbeidere. Dette vises også ved høyere korrelasjon mellom lønnskostnader per ansatt og driftsresultat per ansatt innen servering (45 prosent) i forhold til overnatting (30 prosent).

Siden mesteparten av økningen i det ufaglærte arbeids-tilbudet er innvandrere, vil økt produksjon føre til økt andel innvandrere innen både overnatting og servering. Vår hypotese er at profesjonelt driftede overnattingsbedrifter møter økt etterspørsel ved å ansette flere personer. Siden det er et stort tilbud av billig innvandret arbeidskraft ansettes flere utlendinger til en lavere lønn, noe som fører til redusert produktivitet. Serveringsbedrifter er både oftere eierdriftet og har sjelden store skaleringsmuligheter. Økt etterspørsel møtes derfor i første omgang med økt

Tabell 5 : Sammenhengen mellom andelen innvandrere og verdiskaping, lønnskostnader og driftsmargin innad i kommuner. Faste effekter kontrollert for årsvariasjoner. Kommuner med flere enn 15 ansatte i gjennomsnitt over perioden. Bedrifter med negativ eller over 5 millioner kroner i verdiskaping per årsverk enkelte år er kastet ut for hele perioden. Estimaterne som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosentens nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner. 2008-2012. Kilde: Menon (2015)

	OVERNATTING			SERVERING		
	LN (Vs per årsverk)	LN (Lønn per årsverk)	LN (Drimarg.)	LN (Vs per årsverk)	LN (Lønn per årsverk)	LN (Drimarg.)
Andel innvandrere	-.189**	-.099*	-.017	.319***	.068*	.074***
Standardfeil	(.089)	(.050)	(.032)	(.076)	(.036)	(.025)
R ² (innad)	0.8	.22	0.2	.15	.32	.04
N	1158	1158	1158	1046	1046	1066

25 Resultatet holder seg på tvers av en ulike sensitivitetstester. Resultatet holder seg blant annet når man kun ser på bedrifter med mellom 300 000 og 700 000 kroner verdiskaping per årsverk samtlige år.

produktivitet og økte lønnskostnader i eksisterende bedrifter og deretter flere bedriftsetableringer lokalt. Dermed vil økt innvandrerandel på kommunenivå ha en mindre dempende effekt på lønnsutviklingen innen servering.

En annen mulig forklaring er at kvalifikasjonskravene er høyere enn innen servering enn innen overnatting. Servitører må kunne snakke norsk, svensk, dansk eller engelsk og kjøkkenpersonale må kunne lage god mat. Innen overnatting er rengjøring av rom og fellesarealer en sentral arbeidsoppgave, hvor språkkunnskapene er lite viktig og forhåndskompetansen som kreves minimal. Dermed vil også det negative lønnspresset være høyere innen overnatting enn servering.

Konklusjon

Det synes ikke å være en enkel sammenheng mellom andel ansatte med innvandrerbakgrunn, lønnsutvikling og produktivitet. Ser man næringen som helhet er innvandrerandelen høyest i de delene av reiselivsnæringen med lavere lønnsnivå og produktivitet. Ser man på en enkel regresjonsanalyse 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 vekstkommuner har ansatt mange utlendinger, siden utlendinger står for over tre fjerdedeler av arbeidstilbudsveksten i ufaglærte yrker, og at arbeidsinnvandrere er en mer mobil arbeidskraft enn nordmenn.

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 (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 finner vi en positiv sammenheng mellom økt innvandringsandel og produktivitet, lønn og lønnsomhet. Vi tror dette kan skyldes at innvandrene står for mesteparten av det økte arbeidstilbudet i bransjen, at serveringsbedriftene ofte er eid og driftet av innvandrere selv, at økt etterspørsel vanskeligere kan møtes av skalert produksjon, og at kvalifikasjonskravene er høyere enn innen servering enn innen overnatting. Disse

momentene vil bidra til at økt etterspørsel lettere fører til økt bruk av innvandrerarbeidskraft, høyere produktivitet og høyere lønn.

6.2. | Arbeidskraftens utdanningsnivå

Utdannelse nevnes ofte som svært viktig for et lands økonomiske produktivitet og konkurranseevne. I dette delkapittelet kartlegger vi utdanningsnivået i reiselivsnæringen og hvorvidt arbeidskraftens utdanning korrelerer med bedriftenes produktivitet.

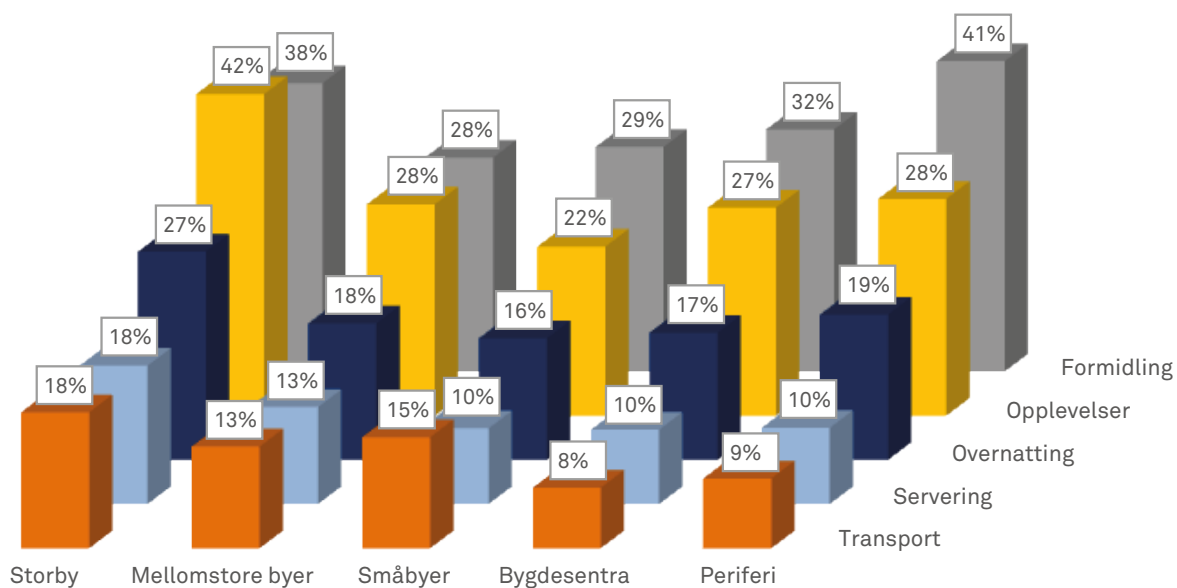
Figuren på neste side viser sammenhengen mellom andelen av reiselivsbedriftenes arbeidstakere med høyere utdannelse etter bedriftens sentralitet og bransjetilhørighet. Høyere utdannelse defineres som høyskole- eller universitetsutdannelse. Som figuren viser er det bedrifter innen formidling og opplevelser som har det høyeste utdanningsnivået i reiselivsnæringen. I formidlingsbransjen hadde 35 prosent av arbeidskraften høyere utdannelse i 2012. Innen opplevelser var andelen 34 prosent, 21 prosent innen overnatting, og 15 prosent i både servering og transport.

Figuren viser også at utdanningsnivået er høyere i storbyene sammenlignet med resten av landet, til dels med unntak av formidlingsbransjen.²⁶ At utdanningsnivået er høyere i større byer er en trekk man finner igjen i befolkningen generelt og innen andre deler av arbeidslivet. Sammenhengen kan forklares både fra et næringsperspektiv og fra et arbeidsmarkedsperspektiv. De største reiselivsbedriftene i landet har ofte hovedkontor i storbyene, og da særlig Oslo-området. Store reiselivsbedrifter som Norwegian, SAS, NSB, hotellkjedene og de store kulturinstitusjonene rekrutterer høyt utdannet og spesialisert arbeidskraft og trekker dermed opp andelen høyt utdannede i storbyene. Et forsterkende element er at det generelle utdanningsnivået er høyest i storbyene, noe som gjør at tilgangen på utdannet personell er større for alle typer virksomheter.

I formidlingsbransjen er ikke sammenhengen like tydelig. Dette kan skyldes at formidling av lokalt reiseliv ofte innebærer ansettelse av personer med reiselivsspesifikk utdannelse på høyskolenivå. Det er viktig å påpeke at for-

26 Den høye andelen utdannede innen formidling i perifere regioner, skyldes trolig at destinasjonsselskaper er inkludert i formidlingsbransjen. Denne typen organisasjoner har gjennomgående et høyt utdanningsnivå.

Figur 29: Andel av arbeidskraften med høyere utdanning etter sentralitet og bedriftsstørrelse i 2012.
Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2015)



midlingsbransjen er i større grad enn de andre bransjene er konsentrert i storbyene.

Svak positiv korrelasjon mellom utdanningsnivå og produktivitet innen overnattingsbransjen

Korrelasjonen mellom verdiskaping per årsverk i 2012 og arbeidskraftens utdanningsnivå er svakt positivt, og statistisk signifikant. Figuren på neste side viser arbeidsproduktiviteten etter andel av bedriftenes ansatte med høyt utdanningsnivå.

En høyere andel høyt utdannet arbeidskraft gir svakt økende verdiskaping per årsverk når man kontrollerer bedriftsstørrelse og detaljerte næringskoder. Vår regresjon viser at en 10 prosent høyere andel utdannede gir 0,8 prosent høyere verdiskaping per årsverk, men at mye av denne effekten skyldes økte lønnskostnader. Vi finner at 10 prosent høyere andel utdannede gir 0,7 prosent høyere lønnskostnader per årsverk. Vi får ikke signifikante resultater på driftsmargin. Som nevnt i litteraturgjennomgangen viser andre vitenskapelige analyser at produktivitet øker med utdanning og alder (Ilmakunnas & Maliranta, 2004), men at forskjeller knyttet til bruken av

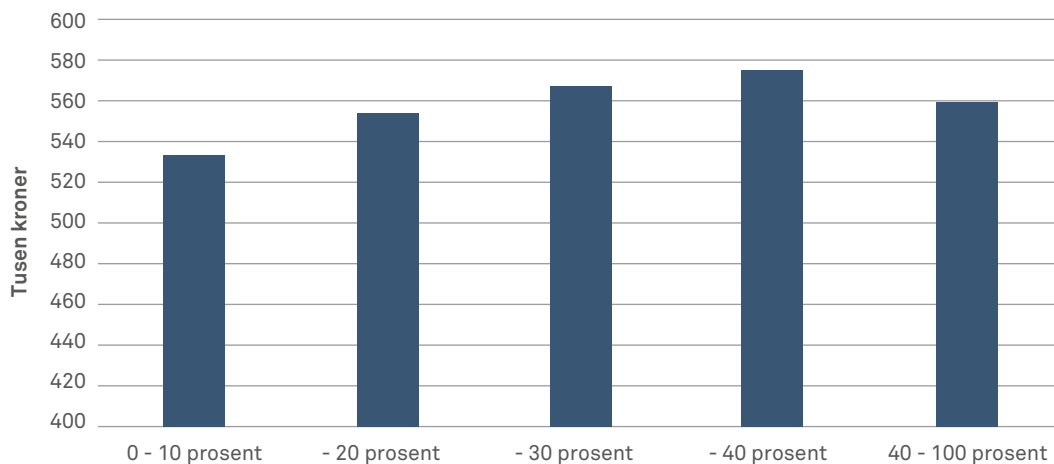
arbeidskraft gjerne tilsvares av forskjeller i lønnsinntekter mellom arbeiderne. Det innebærer at lønnsomheten ikke nødvendigvis stiger med økt utdanning og alder.

Figuren viser svakt stigende verdiskaping per ansatt når andelen ansatte med høyere utdanning øker. Samtidig kan det se ut som at bedriftene med en høyest andel høyt utdannede har noe lavere produktivitet enn bedriftene som har mellom 30 og 40 prosent høyt utdannet arbeidskraft.

Ser vi på nærmere på sammenhengen innad i hver enkelt bransje finner vi en positiv signifikant korrelasjon mellom produktivitet og utdanningsnivå i overnattingsbransjen, mens det synes ikke å være en klar sammenheng innen transport, servering, opplevelser og formidling. Se tabellen på høyre side.

Altså er overnattingsbedrifter med en høy andel høyt utdannede mer produktive enn overnattingsbedrifter med en lavere andel høyt utdannede, kontrollert for bedriftsstørrelse og bransjeinterne næringskoder. Korrelasjonsanalyser kan tydeliggjøre viktige sammenhenger og male et bilde av hvordan ulike variabler synes å avhenge av

Figur 30: Median verdiskaping per årsverk i 2012 i reiselivsnæringen samlet. Vektet snitt etter bedriftsstørrelse. Bedrifter med flere enn 5 ansatte. Kilde: Menon og Statistisk sentralbyrå (2015)



Tabell 6 : Sammenhengen mellom andel ansatte med høyere utdanning og den naturlige logaritmen av verdiskaping per årsverk. Kontrollert for detaljert næringskode, bedriftsstørrelse og årsvariasjoner, clustret på bedriftsnivå. Bedrifter med flere enn 5 ansatte. Estimatenes som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosenters nivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner. Kilde: Menon og Statistisk sentralbyrå (2015)

Avhengig var: ln verdiskaping per årsverk	OVERNATTING	TRANSPORT	SERVERING	OPPLEVELSER	FORMIDLING
Andel ansatte med høyere utd.	0.180**	-0.147	0.0324	0.0308	0.0150
Bedriftsstørrelse (Verdisk.)	9.3e-06***	5.9e-07***	.0000114**	.000013***	8.4e-06***
Konstantledd	6.07***	6.97***	6.06***	6.50***	6.45***
N	4216	2244	13059	787	802
R-sq	4216	.199	.065	.214	.173

hverandre. Samtidig betyr heller ikke manglende korrelasjon mellom to variabler at det ikke er en kausal sammenheng mellom variablene. Den kausale sammenhengen kan bli overdøvet av at både produktivitet og utdanningsnivå samvarierer med andre variabler som trekker i motsatt retning. Koeffisienten 0.18 innen overnatting

innebærer at dersom en overnattingsbedrift har 10 prosent flere høyt utdannede arbeidstakere vil bedriften ha 1,8 prosent høyere arbeidsproduktivitet.

6.3. | Turnover og deltidsarbeid

I tillegg til egenskaper ved ansatte kan arbeidsgivers bruk av arbeidskraften også påvirke produktiviteten i bedriftene. Her ser vi 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 arbeidserfaring i bedriften. Figuren under viser hvordan andel nyansatte og andel deltidsansatte fordeler seg etter bedriftsstørrelser i de ulike reiselivsbransjene. Deltidsansatte inkluderer personer som var registrert som ansatte i referanseuken (tredje uke i november hvert år) og vil kunne inkludere sesongansatte som fortsatt er registrert som ansatt i bedriften.

Figuren viser at det er høyest turnover og bruk av deltidsarbeidskraft i mindre bedrifter og deretter stort sett fallende med bedriftsstørrelse uavhengig av bransje. Figuren viser også at det serveringsnæringen som har størst turnover og størst bruk av deltid, etterfulgt av overnattingsbransjen. Minst turnover og bruk av deltidsarbeidskraft finner man innen formidling. Vi har undersøkt om turnover og deltid varierer med sentralitet uten å finne noe særskilt sammenheng.

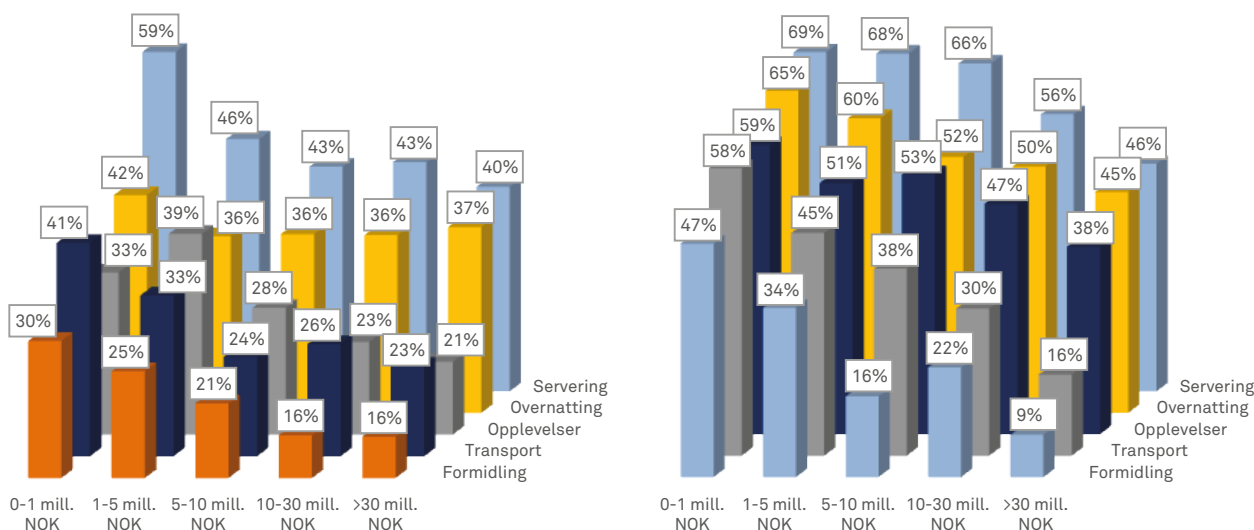
At turnover og deltid henger sammen kan ha flere forklaringer. Større bedrifter har lettere for å tilby interessante karriereveier internt i bedriften for sine ansatte. Det er større muligheter til å klatre i lønnsmessig, få nye ansvarsområder og flytte på seg innad i store bedrifter med avdelinger flere steder i landet. Ambisiøse ansatte i mindre bedrifter må oftere skifte arbeidsgiver for å øke lønn og få nye oppgaver. Mindre bedrifter har gjerne større finansielle utfordringer knyttet til å tilby faste stillinger og heltidsstillinger. Det å ansette arbeidstakere året rundt i heltidsstillinger kan være risikabelt da dette knytter opp de finansielle ressursene i bedrifter som gjerne driver på marginale inntekter.

Turnover og deltidsarbeid er forbundet med lavere produktivitet i næringen som helhet

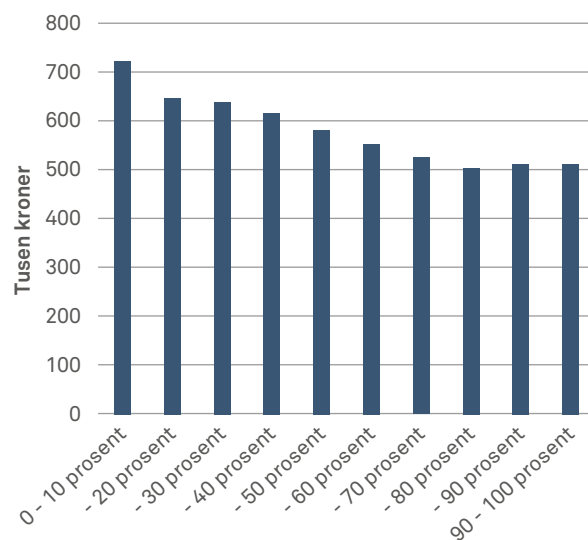
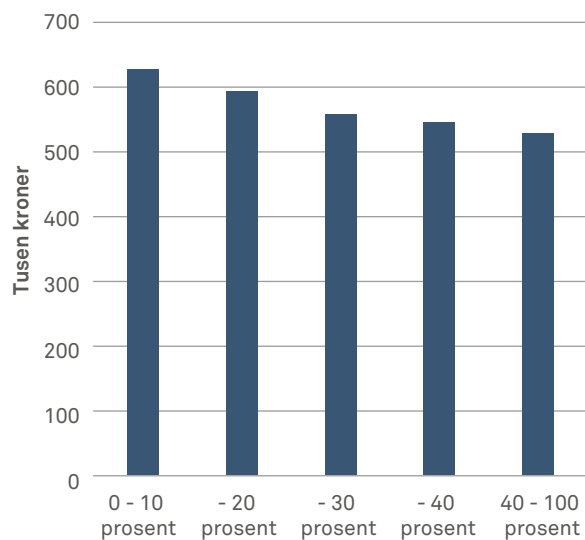
At reiselivstjenester krever mye fysisk arbeidsinnsats som å skifte på senger, servere mat, kjøre buss og lignende gjør at arbeidserfaring, «learning-by-doing», er viktigere enn formell kompetanse. Figuren under viser sammenhengen mellom bedriftenes turnover og bruk av deltidsansatte på bedriftenes produktivitet.

Som figurene viser er det en negativ sammenheng mellom både høy turnover og mye bruk av deltidsansatte

Figur 31: Andel av arbeidskraften som er a) nyansatte og b) deltidsansatte etter reiselivsbransje og sentralitet i 2012. Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2015)



Figur 32: a) Median verdiskaping per årsverk etter andel nyansatte i bedriftene og b) Median verdiskaping per årsverk etter andel deltidsansatte. Flere enn fem ansatte i 2012.
Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2015)



på bedriftenes produktivitet når man ser på næringen samlet. Når det gjelder turnover er bedriftene med lavest andel nyansatte mer produktive enn de andre bedriftene, men når bedriftene har over 20 prosent nyansatte så flater produktivetsnedgangen ut med økt andel nyansatte. Ser man bort i fra bedrifter med over 90 prosent nyansatte er sammenhengen mellom produktivitet og andel nyansatte statistisk signifikant i hver enkelt bransje bortsett fra formidling, kontrollert for bedriftsstørrelse og sentralitet. Sammenhengen mellom bruk av deltidsansatte og produktivitet er enda tydeligere. Mer bruk av deltid er korrelert med lavere verdiskaping per årsverk. Resultatet holder også innenfor hver enkelt bransje, bortsett fra formidling, kontrollert for bedriftsstørrelse og sentralitet.

Et annet interessant funn er at andel deltidsansatte er positivt korrelert med høyere produktivitet for småbedrifter under fem ansatte. Mindre bedrifter trenger fleksibilitet og deltid tillater bedriftene å tilpasse driften etter etterspørselen.

6.4. | Tabell med sammenhenger mellom produktivitet og arbeidskraftens egenskaper

Avslutningsvis har vi satt opp en tabell med lineær regresjon av ulike egenskaper ved arbeidskraften og den naturlige logaritmen av verdiskaping per ansatt.

Tabellen viser sammenhenger på nivå mellom andel ansatte med høy utdanning, andel innvandrersarbeidskraft, andel deltidsansatte, andel nyansatte og verdiskaping per årsverk per bransje.

Som analysen over viser er det positiv sammenheng mellom andel høyt utdannete og produktivitet innen overnattingsbransjen. Det er ingen sammenheng i de andre reiselivsbransjene.

Det er ellers ingen sammenheng mellom hvor stor andel innvandrere som jobber i bedriften og produktivitet innen

Tabell 7 : Sammenheng mellom ln verdiskaping per årsverk og andel ansatte med høyere utdanning, andel innvandrere, andel deltidsansatte, andel nyansatte. Kontrollert for bedriftsstørrelse, års sentralitet og detaljerte næringskoder. Clustret på bedrift. Bedrifter med flere enn 5 ansatte. Estimatenes som er statistisk signifikant forskjellig fra null på 90, 95 og 99 prosentnivå, med henholdsvis én, to og tre stjerner. Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2015)

Avhengig var: ln verdiskaping per årsverk	OVERNATTING	TRANSPORT	SERVERING	OPPLEVELSER	FORMIDLING
Andel ansatte med høyere utd.	.207**	-0.101	0.001	-0.062	0.172
Andel innvandrere	.009	-.412**	.100***	-.157	-.384*
Andel deltidsansatte	.240***	-.475***	.088***	.228*	.078
Andel nyansatte	-.152***	-.094	-.132***	.142	.058
Bedriftsstørrelse (Verdisk.)	8.94e-06***	5.42e-07***	.000011**	.000012***	8.28e-06***
NIBR-sentralitetsindeks	-.029***	.006	-.016***	-.130***	-.047
Konstantledd	6.10***	7.06***	6.07***	6.81***	6.54***
N	.148	.216	.053	.246	.179
R-sq	4187	2230	12962	781	793

overnatting. Analysen kapittel 4.3.2 viste imidlertid at økt bruk av innvandret arbeidskraft demper produktiviteten og lønnsnivået over tid. Det er en negativ sammenheng mellom bruk av innvandret arbeidskraft og produktivitet innen transport og formidling, mens det er en positiv sammenheng innen servering.

Det er en positiv sammenheng mellom bruk av deltidsansatte og produktivitet innen overnatting, servering og opplevelser, mens sammenhengen er sterkt negativ innen transport. Vi har sett at det er flere deltidsansatte innen overnatting og servering enn i de andre bransjene, og

bruk av deltidsansatte kan tenkes å gi bedriftene fleksibilitet til å tilpasse driften etter etterspørselen. Ellers er det en negativ sammenheng mellom andelen nyansatte og produktivitet innen overnatting og servering. Både overnattings- og serveringsbedrifter har en jevn høy utskiftning av arbeidskraften, noe som medfører tap av erfaringsbasert læring. Bedriftene med mindre turnover er altså mer produktive.

Ellers viser tabellen, som kapittel 4.1 og 4.2 viste, at både bedriftsstørrelse og sentralitet påvirker bransjenes produktivitet.

7. | Referanser

- Balasubramanian, N., & Sivadasan, J. (2011). What Happens When Firms Patent? New Evidence from U.S. Economic Census Data. *Review of Economics and Statistics* 93(1), ss. 126-46.
- Bartelsman, E., Haltiwanger, J., & Scarpetta, S. (2009). Cross-Country Differences in Productivity: The Role of Allocation and Selection. National Bureau of Economic Research Working Paper 15490.
- Benkard, C. L. (2000). Learning and Forgetting: The Dynamics of Aircraft Production. *American Economic Review* (80), ss. 1034-54.
- Bjørnstad (red.), R. (2015). Virkninger i allmenngjøring av tariffavtaler. Oslo: Senter for lønnsdannelse.
- Bjørnstad, R., & Nymoen, R. (2015). Frontfagmodellen i fortid, nåtid og fremtid. Oslo: Senter for lønnsdannelse.
- Bloom, N., & Van Reenen, J. (2007). Measuring and Explaining Management Practices across Firms and Countries. *Quarterly Journal of Economics* 122(4), ss. 1351-1408.
- Bloom, N., Draca, M., & Van Reenen, J. (2011). "Trade Induced Technical Change? The Impact of Chinese Imports on Innovation, IT and Productivity. National Bureau of Economic Research Working Paper 16717.
- Bloom, N., Lemos, R., Sadun, R., Scur, D., & Van Reenen, J. (2014, Mai). The New Empirical Economics of Management. NBER Working Paper No. 20102.
- Bloom, N., Schankerman, M., & Van Reenen, J. (2007). Identifying Technology Spillovers and Product Market Rivalry. National Bureau of Economic Research Working Paper 13060.
- Bratsberg, B. (2015, oktober 29). Er arbeidsinnvandring bra for arbeidsmarkedet? Farve konferansen, Fornebu, Norge.
- Bratsberg, B., & Raaum, O. (2013, nr.3). Migrasjonsstrømmenes påvirkning på lønns- og arbeidsvilkår. Samfunnsøkonomen.
- De Loecker, J. (2007). Do Exports Generate Higher Productivity? Evidence from Slovenia. *Journal of International Economics*, 73(1), ss. 69-98.
- Doraselski, U., & Jaumandreu, J. (2013). R&D and Productivity: Estimating Endogenous Productivity. *Review of Economic Studies* (80), ss. 1338-83.
- EY. (2013). The Hospitality Sector in Europe. Ernst & Young.
- Fox, J. T., & Smeets, V. (2011). Does Input Quality Drive Measured Differences in Firm Productivity? NBER Working Paper 16853.
- Gautier, D. L., Schenk, C. J., Schuenemeyer, J. H., Sørensen, K., Tennyson, M. E., Valin, Z. C., . . . Pitman, J. (2009). Assessment of Undiscovered Oil and Gas in the Arctic. *Science* 324, ss. 1175 -1179.
- Gjeldsvik, M., Nymoen, R., & Sparmann, V. (2015). Stability and adaptation of the Norwegian system of rational wage setting. Oslo: Senter for lønnsdannelse, Working Paper.
- Griffith, R., Harrison, R., & Von Reenen, J. (2006). How Special is the Special Relationship? Using the Impact of U.S. R&D Spillovers on U.K. Firms as a Test of Technology Sourcing. *American Economic Review* 95(5), ss. 1859-75.
- Grünfeld, L., Bugge, M., & Kaloudis, A. (2010). Innovasjon i tjenester. Oslo: Menon Business Economics.
- Hill, P. (1977, Desember). On goods and services. *The Review of Income and Wealth*, ss. 315-338.
- Ilmakunnas, P., & Maliranta, M. o. (2004). The Roles of Employer and Employee Characteristics for Plant Productivity. *Journal of Productivity Analysis* 21(3), ss. 249-76.
- Iversen, E., Jakobsen, E., Løge, T., & Sandvik, K. (2015). Verdiskaping i reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial. Oslo: Menon Business Economics.
- Lentz, R., & Mortenson, D. (2008). An Empirical Model of Growth through Product Innovation. *Econometrica* 76(6), ss. 1317-73.
- Miljøverndepartementet. (2012, 12 25). Meld. St. 21. Norsk klimapolitikk. Oslo, Norge: Miljøverndepartementet.
- Norsk Institutt for by- og regionforskning. (2013). Inndelinger i senterstruktur, sentralitet og BA-regioner. Oslo: Norsk Institutt for by- og regionforskning.
- Pianta, M., & Tancioni, M. (2008). Innovation, wages and Profits. *Journal of Post Keynesian Economics*, ss. 101-123.
- Reenen, J. V. (1996, February). The Creation and Capture of Rents: Wages and Innovation in a Panel of U.K. Companies. *The Quarterly Journal of Economics*, ss. 195 - 226.
- Skogsstrøm, J., Grünfeld, L., Aalen, P., Holmen, R., & Mariussen, Å. (2015). Samspill mellom by og omland som kilde til økonomisk vekst. Oslo: Menon Business Economics.
- Svane Mellbye, C., Amble, I. B., & Fjose, S. (2015). Eksport fra norske regioner. Et regionalt perspektiv på norsk eksportvirksomhet. Oslo: Menon Business Economics.
- Syverson, C. (2004). Product Substitutability and Productivity Dispersion. *Review of Economics and Statistics*, ss. 534-550.
- Syverson, C. (2004). Market Structure and Productivity: A Concrete Example. *Journal of Political Economy* 112(6). Syverson, C. (2011). What Determines Productivity. *Journal of Economic Literature* 49(2), ss. 326-365.
- UNWTO. (2014). Tourism highlights . UNWTO.
- Vatne, E. (2012). Innovasjonssystemer i servicenæring. Hva vet vi om disse? Bergen: Samfunns- og næringslivsforskning AS.

8. | Vedlegg

8.1. | Arbeidstakerdata: Deskriptiv statistikk

Statistisk sentralbyrå har satt sammen et rikt datasett for Menon og Høgskolen i Buskerud og Vestfold, hvor for bedrifter i reiselivsnæringens regnskapsvariabler er knyttet sammen med data på ulike egenskaper ved arbeidskraften. Dermed kan vi kartlegge hvordan ulike egenskaper som arbeidskraftens utdanningsnivå, alder, nasjonalitet og arbeidsforhold påvirker bedriftenes produktivitet.

I tabell 8 følger en oversikt over antall observasjoner i datasettet inndelt etter reiselivsbransje.

Tabellen viser at datasettet over arbeidstakere inkluderer i omtrent halvparten av bedriftsobservasjonene i perioden 2008-2012. Serveringsbransjen er best representert, i overkant av 70 prosent av bedriftene arbeidstakerdata, mens formidling er svakest representert med 46 prosent. Samtidig er de aller fleste av bedriftene som ikke har arbeidstakerdata, bedrifter aktivitet i det gjeldende året. Tabellen under viser bedriftene med både arbeidstaker-

data og regnskapsdata sin andel av total verdiskaping og totalt antall årsverk.

Tabell 9 viser at bedriftene med arbeidstakerdata står for 95 prosent av den totale verdiskapingen og 97 prosent av årsverkene i reiselivsnæringen. Altså er arbeidstakerdataene bortimot totalt dekkende for hele næringen.

Tabell 10 viser korrelasjonsmatrise for arbeidstakervariabler, verdiskaping og årsverk.

Tabell 10 viser at det sterk korrelasjon mellom verdiskaping og antall ansatte. De fleste store selskaper har naturlig nok både høy verdiskaping og mange ansatte. Ellers viser tabellen at det er positiv korrelasjon mellom arbeidskraftens alder og andelen av de ansatte som var ansatt på samme sted året før, mens det er negativ korrelasjon mellom andel innvandrere og andelen av de ansatte som var ansatt på samme sted året før. Innvandrere jobber altså i større grad i selskaper med høyere turnover. Deltid er også korrelert med høy turnover.

Tabell 8 : Deskriptive data over antall bedriftsobservasjoner per reiselivsbransje. Totalt for årene 2008 – 2012.
Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2014)

REISELIVSBRANSJE	ARBEIDSTAKERDATA OG REGNSKAPSDATA	KUN REGNSKAPSDATA	TOTAL
Overnatting	8 108	6 698	14 806
Transport	22 439	18 077	40 516
Servering	24 491	10 454	34 945
Opplevelser	2 398	2 691	5 089
Formidling	2 350	2 744	5 094
Sum	59 786	40 664	100 450

Tabell 9 : Bedriftene med både arbeidstakerdata og regnskapsdata sin andel av total verdiskaping og totalt antall årsverk. Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2014)

	VERDISKAPNING	ÅRSVERK
Overnatting	96 %	97 %
Transport	94 %	98 %
Servering	95 %	97 %
Opplevelser	95 %	95 %
Formidling	94 %	97 %
Total	95 %	97 %

Tabell 10: Korrelasjonsmatrise for arbeidstakervariabler, verdiskaping og årsverk. Kilde: Statistisk sentralbyrå og Menon (2014)

	Verdi- skapning	Årsverk	Andel høy utd.	Andel fagbrev	Andel inn- vandrere	Andel deltid	Andel annen bokom	Andel samme arbeid	Alder
Verdiskaping	1.000								
Årsverk	0.766	1.000							
Andel høy utd.	0.016	0.012	1.000						
Andel fagbrev	0.032	0.047	-0.141	1.000					
Andel innvandrere	-0.029	-0.028	0.030	-0.223	1.000				
Andel deltid	-0.081	-0.092	-0.064	-0.015	-0.190	1.000			
Andel annen bokommune	0.051	0.047	0.035	0.001	0.011	-0.047	1.000		
Andel samme arbeidssted	0.045	0.049	0.045	0.058	-0.126	-0.148	-0.049	1.000	
Alder	0.022	0.011	0.040	0.049	-0.102	-0.171	-0.001	0.287	1.000



REISEPOL
COMPETITIVE ADVANTAGE 2025



CARLSON
REZIDOR
HOTEL GROUP

