

*Anne Mari Auno*

**Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme 2007**  
TOURIMPACT rapport nr 3

---

*Rapporter* I denne serien publiseres analyser og kommenterte statistiske resultater fra ulike undersøkelser. Undersøkelser inkluderer både utvalgsundersøkelser, tellinger og registerbaserte undersøkelser.

© Statistisk sentralbyrå, november 2011 Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde.	<b>Standardtegn i tabeller</b>	<b>Symbol</b>
ISBN 978-82-537-8227-0 (trykt)	Tall kan ikke forekomme	.
ISBN 978-82-537-8228-7 (elektronisk)	Oppgave mangler	..
ISSN 0806-2056	Oppgave mangler foreløpig	...
Emne: 09.01	Tall kan ikke offentliggjøres	:
Trykk: Statistisk sentralbyrå	Null	-
	Mindre enn 0,5 av den brukte enheten	0
	Mindre enn 0,05 av den brukte enheten	0,0
	Foreløpig tall	*
	Brudd i den loddrette serien	—
	Brudd i den vannrette serien	
	Desimaltegn	,

## Forord

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet et komplett fylkesfordelt satellittregnskap for turisme for referanseåret 2007. Resultatene av Statistisk sentralbyrås beregninger er dokumentert i denne rapporten.

Komplett fylkesfordelt satellittregnskap for turisme vil si at det er gjort beregninger både for tilgangs- og anvendelsessiden. Dette er andre gangen et komplett fylkesfordelt satellittregnskap for turisme beregnes. Den første gangen var for referanseåret 1997. I årene etter 1997 er det på grunn av manglende informasjon bare turistproduksjon og sysselsetting som er fordelt på fylker. Mer informasjon om tidligere publikasjoner finnes på Statistisk sentralbyrås temaside for satellittregnskap for turisme.

Siden 1997 har flere og bedre kilder for fylkesfordeling kommet til. I tillegg har Transportøkonomisk institutt gjennomført flere spørreundersøkelser som del av TOURIMPACT (kortnavn for prosjektet Knowledge on economic impacts of tourism on regional and local levels as platform for tourism policy strategies), for å bedre grunnlagsdataene ytterligere. Denne nye informasjonen har muliggjort en ny og forbedret beregning av fylkesfordelt turistkonsum. Dette vil være med å legge grunnlag for videre regionale analyser hos Transportøkonomisk institutt, så vel som hos andre interessenter.

Beregninger av fylkesfordelt satellittregnskap for turisme var et av delmålene i prosjektet TOURIMPACT. Prosjektet er et samarbeid mellom Transportøkonomisk institutt, som er konsortieleder, Center for regional og turismeforskning i Danmark og Statistisk sentralbyrå.

Bakgrunnen for prosjektet var et uttalt behov for mer informasjon om norsk reiseliv. I sammenheng med regjeringens reiselivsstrategi ble flere prosjekter igangsatt i 2007 for å videreutvikle kunnskapsgrunnlaget for reiselivspolitikken. TOURIMPACT var et av disse prosjektene. Forskningsrådet forvalter midlene til prosjektet på vegne av Nærings- og handelsdepartementet.

## Sammendrag

Formålet med fylkesfordelt satellittregnskap for turisme er å lage et styringsverktøy som måler omfanget og betydningen av turismen på regionalt nivå og som er konsistent med nasjonalregnskapet og de nasjonale tallene for turismesatellitten. Dette er blitt gjort for referanseåret 2007 som del av Forskningsrådets prosjekt TOURIMPACT.

Hovedformålet med denne rapporten er å presentere funnene samt kildene og metodene brukt ved utviklingen av det fylkesfordelte satellittregnskapet for turisme for 2007.

Ifølge fylkesfordelt satellittregnskap for turisme for 2007 varierer omfanget og betydningen av turistkonsumet samt produksjonen, sysselsettingen og verdiskapingen i reiselivsnæringene fra fylke til fylke. Akershus og Oslo har totalt sett mest turisme, mens i Finnmark, som er blant fylkene med lavest turistproduksjon og -forbruk, har turismen stor betydning sammenliknet med annen næringsvirksomhet. Østfold er fylket der turismen bidrar minst til verdiskapingen.

Sammenliknet med beregningene for referanseåret 1997, har det kommet til en rekke nye kilder som kunne benyttes i beregningene for 2007. Det har imidlertid vært utfordrende å sammenstille disse. Manglende konsistens mellom ulike kilder medførte at metodevalget i hovedsak har basert seg på top-down-metoden i likhet med første gangen fylkesfordelt satellittregnskap for turisme ble beregnet. Top-down-metoden vil si at man fordeler nasjonale tall ved hjelp av nøkkelinformasjon.

De nye kildene har altså ikke muliggjort en utstrakt bruk av bottum-up-metoden, som vil si at man lager regionale tall og summerer disse opp til nasjonalt nivå. De har derimot bidratt med bedre nøkler og flere holdepunkter, noe som har positiv innvirkning på kvaliteten på tallene totalt sett. Dette har blant annet ført til at resultatene kan publiseres etter flere dimensjoner enn tidligere.

## Abstract

The aim of the regional tourism satellite accounts is to establish a policy making tool that monitors the scope and impact of tourism on regional levels and that is consistent with corresponding accounts on national and regional level. This has been done by Statistics Norway for the reference year 2007 as part of the project TOURIMPACT on behalf of the Research Council of Norway.

The aim of this report is to present the results as well as the sources and methods used when establishing the 2007 regional tourism satellite accounts.

According to these accounts the scope and impact of the tourism consumption expenditure as well as the output, employment and value added in the tourism industries, vary from county to county. There is most tourism in Akershus and Oslo, whereas in Finnmark, where tourism output and consumption expenditure are among the lowest in the country, the tourism activities contribute a lot compared with other industries in the county. Østfold is the county where tourism contributed the least towards value added.

Compared with the calculations made for the reference year 1997, a range of new sources has become available for the 2007 calculations. It has however proven challenging to put these together. The choice of method has therefore mainly been based on the top-down approach as was the case the first time the regional tourism satellite accounts were made. The top-down approach means that national figures are allocated to regions by using key indicators.

The new sources have not allowed for a wide use of the bottom-up approach, which means that regional figures are produced first and aggregated to national level thereafter. They have however contributed with improved key indicators and benchmarks, which has had a positive impact on the quality. This again has allowed for the results to be published by more dimensions than previously.

## Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>3</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>4</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme</b> .....	<b>7</b>
1.1. Hvem bruker hva hvor? .....	7
1.2. Hvem selger hva hvor? .....	13
<b>2. Hva og hvordan</b> .....	<b>17</b>
2.1. Om nasjonalregnskap og satellittregnskap.....	17
2.2. Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme .....	21
2.3. Om datagrunnlaget.....	28
<b>Referanser</b> .....	<b>30</b>
<b>Vedlegg A: Reiselivsprodukter og -næringer</b> .....	<b>32</b>
<b>Vedlegg B: Vedleggstabeller</b> .....	<b>33</b>
<b>Figurregister</b> .....	<b>37</b>
<b>Tabellregister</b> .....	<b>38</b>

# 1. Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme

## 1.1. Hvem bruker hva hvor?

Turistkonsumet i fylkene på det norske fastlandet<sup>1</sup> i 2007 er beregnet til nærmere 112 milliarder kroner totalt.

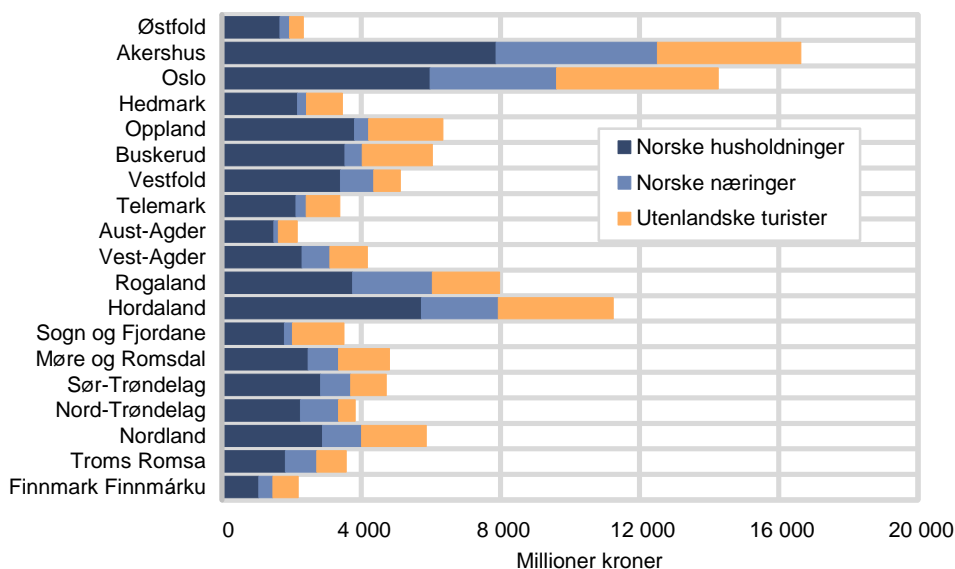
Dette tallet avviker noe fra det som er publisert i det nasjonale satellittregnskapet for turisme. Forskjellene skyldes hovedsakelig at turoperatørtjenester i de fylkesvise beregningene er nettoført og at norske husholdningers konsum av dagligvarer og andre varer og tjenester mens de er på tur, er inkludert. I det nasjonale satellittregnskapet anses det at slike dagligvarer er noe husholdningene ville ha brukt uavhengig om de var på reise eller ei, og dermed tas de ikke med som turistkonsum. En eventuell sammenlikning med de nasjonale tallene må derfor gjøres med dette i mente. Begrepene og prinsippene er nærmere beskrevet i neste kapittel.

### Hvor brukes det mest på turisme?

Akershus og Oslo er de to fylkene som mottok mest av turistkonsumet. Her konsumerte turistene varer og tjenester for hele 31 milliarder kroner i 2007. Det vil si at nærmere 3 av 10 kroner ble brukt her.

I motsatt ende ligger Finnmark, Aust-Agder og Østfold hvor turistene konsumerte for vel 2 milliarder kroner i hvert fylke. Til sammen 6 prosent av turistkonsumet kom disse tre fylkene til gode.

Figur 1.1. Turistkonsum etter fylke<sup>1</sup>. 2007. Millioner kroner



<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

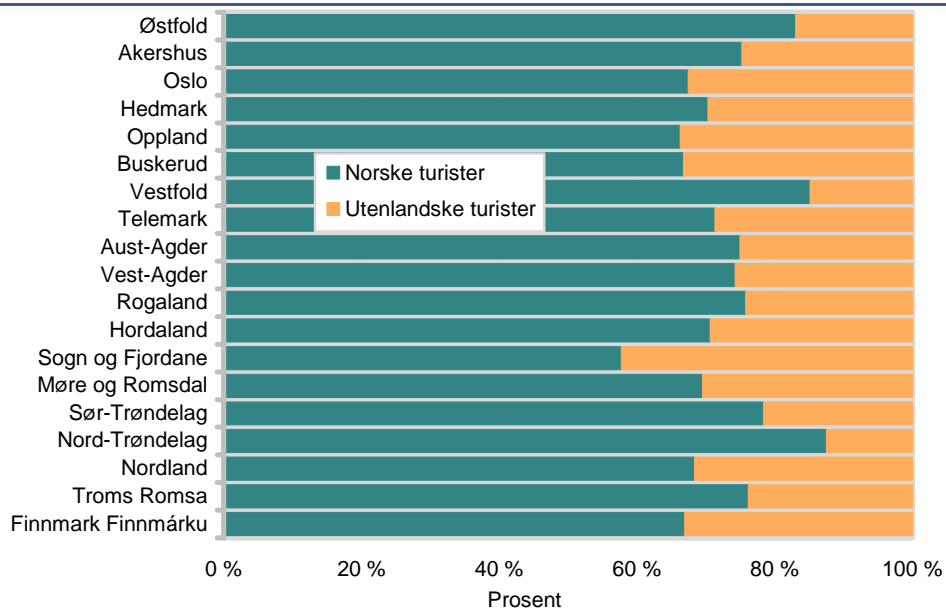
Om man sammenlikner med fordelingen for 1997, så ser situasjonen temmelig lik ut. Ett fylke skiller seg likevel markant ut, og det er Vestfold hvor andelen av samlet turistkonsum har økt med over 50 prosent. En markant årsak til denne økningen er en kraftig vekst i flytrafikken ved Sandefjord Lufthavn Torp i denne tiårsperioden.

<sup>1</sup> På grunn av konfidensialitetsårsaker og mangelfullt datagrunnlag er turistkonsumet ikke beregnet for området utenfor det norske fastlandet. Det vil blant annet si at Svalbard ikke med. Når turistkonsumet i Norge omtales videre, er det derfor viktig å merke seg at ikke alt norsk territorium er med i beregningene.

### 3 av 4 kroner brukes av nordmenn

I samtlige fylker var det de norske turistene, inklusive forretningsreisende, som konsumerte mest. De utenlandske turistenes betydning i forhold til de norske i de enkelte fylkene varierte fra om lag 10 til 40 prosent. Sogn og Fjordane var det fylket der utenlandske turister relativt sett hadde det største konsumet. Nord-Trøndelag var det fylket der utlendingene hadde minst andel av samlet turistkonsum.

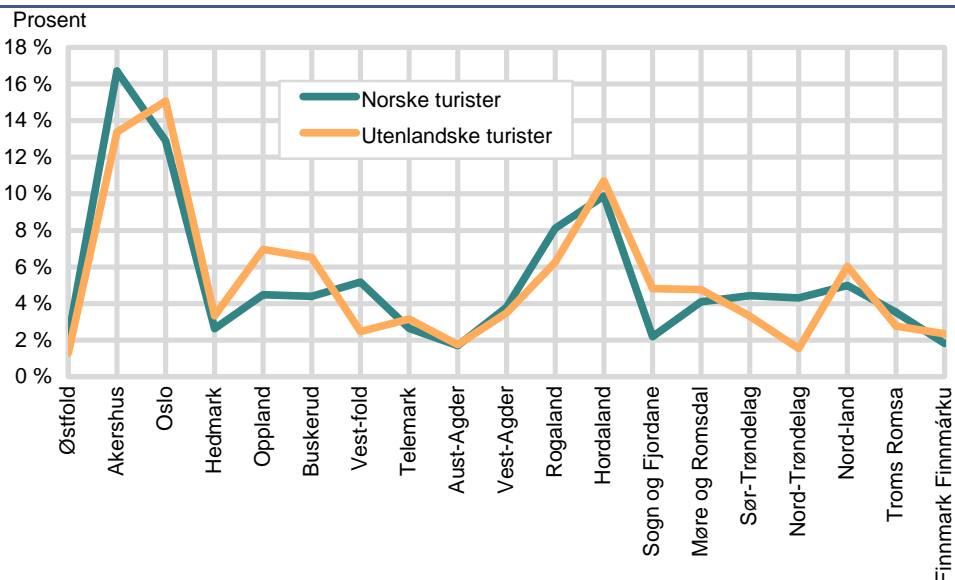
Figur 1.2. Turistkonsum etter fylke<sup>1</sup>. 2007. Andel



<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

Om man fordeler konsumet etter konsumentgruppe og sammenlikner andelene av deres respektive konsum i de enkelte fylkene, viser det seg at norske og utenlandske turister hadde ganske likt forbruksmønster.

Figur 1.3. Turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke<sup>1</sup>. 2007. Prosent



<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

I flere av fylkene hvor det er norske turister som legger igjen relativt mer av sitt turistkonsum enn de utenlandske, ligger det flyplasser og havner med internasjonal passasjertrafikk. Her har ikke bare ferie- og forretningsreiser i Norge betydning, men også nordmenns reiser til og fra utlandet. Utenlandske turister reiser også via disse flyplassene og havnene, men ikke alle utgiftene deres inkluderes i turistkonsumet i Norge. Dette gjøres av prinsipielle grunner selv om det gjør en analyse om turismens rolle for reiser med Norge som destinasjon noe vanskeligere.



I nordmenns turistkonsum i Norge inkluderes med andre ord i tillegg til varer og tjenester brukt i forbindelse med innenlandske reiser, også transport-, reisebyrå- og turoperatørtjenester som bringer de norske turistene ut av landet. Disse tjenestene er dels importerte og dels levert av norske produsenter. Dette beløp seg til om lag 17-18 milliarder kroner i 2007. Importerte tjenester i denne forbindelsen dreier seg i all hovedsak om reiser til og fra utlandet med utenlandske fly og båter. Dette kalles import av internasjonale transporttjenester. Alt turistkonsumet til nordmenn av internasjonale transporttjenester inkluderes i deres innenlandske turistkonsum uavhengig av leverandørens hjemland.

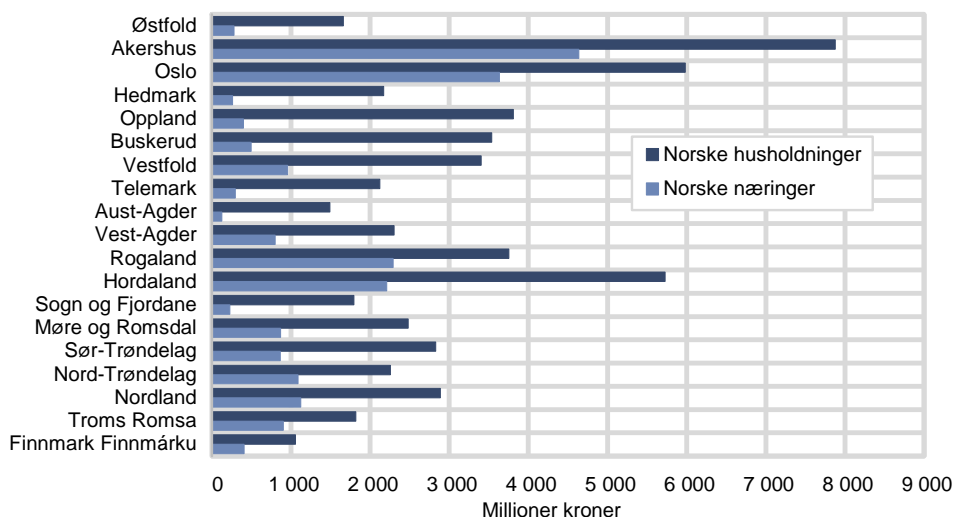
For utenlandske turister inkluderes til sammenlikning kun den delen av reisen til Norge som skjedde med norske selskaper. Dette er eksport av internasjonale transporttjenester. Om de kom med utenlandske selskaper eller med privatbil, inkluderes kun konsumet av varer og tjenester som er solgt på norsk jord. Dette skyldes at kun transport til Norge med norske selskaper har noen direkte økonomisk betydning for norsk økonomi. Penger tjent og brukt i utlandet på tjenester produsert og levert av enheter som er hjemmehørlige der, har med andre ord ikke innvirkning på norsk økonomi. Om for eksempel en tysker kjøper en flybillett med SAS fra Berlin til Oslo, har denne betydning for norsk verdiskaping.

Grunnen til denne særbehandlingen av internasjonale transporttjenester, er at man ellers i nasjonalregnskaps- og utenriksregnskapssammenheng opererer med eget land og resten av verden som to hovedøkonomier. De fleste transaksjoner kan stedfesteres til den ene eller den andre økonomien. Transport mellom de to er et unntak, da brukeren blir forflyttet fra den ene økonomien til den andre i løpet av transaksjonen.

### Norske turister på ferie og jobb

Norske turister i Norge konsumerte varer og tjenester for nærmere 81 milliarder kroner i 2007. Ferie- og fritidsreiser sto for tre firedeler av dette.

Figur 1.4. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke<sup>1</sup>. 2007. Millioner kroner

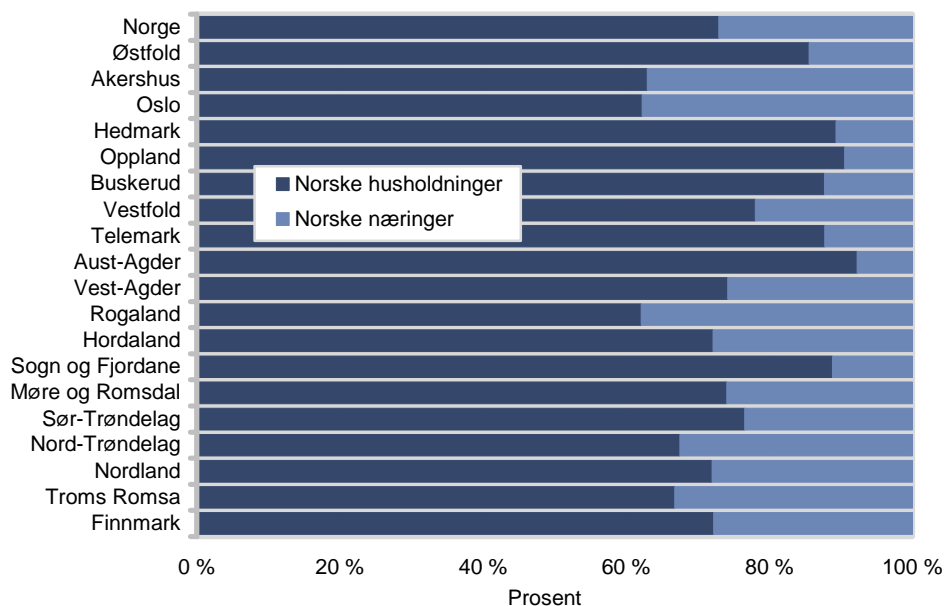


<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

I samtlige fylker var det ferie- og fritidsreisene, det vil si husholdningenes turistkonsum, som dominerte. Rogaland, Hordaland, Oslo og Akershus mottok mest fra de norske forretningsreisendes turistkonsum i landet. De forretningsreisendes andel av fylkenes samlede turistkonsum var over 25 prosent i Rogaland, Oslo og Akershus, og litt mindre i Hordaland. I Rogaland la forretningsreisende for øvrig igjen mer penger enn de utenlandske turistene. Relativt sett mottok Aust-Agder og Oppland klart mest fra husholdningene med andeler på over 90 prosent av nordmenns samlede turistkonsum. Til sammenlikning la husholdningene igjen like mange kroner i Oppland som i Rogaland.

I svært mange av fylkene med høy andel turistkonsum fra norske husholdninger ligger det mange ferieboliger. Dette kan være årsak til at husholdningenes turistkonsum dominerer her. I fylkene med mest turistkonsum fra norske forretningsreisende er det både mye virksomhet som genererer forretningsreisevirksomhet og flyplasser som bringer de norske forretningsreisende til og fra fylket.

**Figur 1.5. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke<sup>1</sup>. 2007. Andel**



<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

Det er få likheter mellom norske husholdningers og norske næringers utgifter til turisme etter fylke. Deres betydning innad i hvert fylke varierer også. I tabellen nedenfor vises dette ved hjelp av indekser. Indeksene måler hvor store de forskjellige konsumentgruppene er i hvert enkelt fylke i forhold til landet totalt.

**Tabell 1.1. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke<sup>1</sup>. 2007. Indeks**

	Norske husholdninger	Norske næringer
Norge	100	100
Østfold	117	53
Akershus	86	137
Oslo	85	140
Hedmark	122	40
Oppland	124	35
Buskerud	120	45
Vestfold	107	81
Telemark	120	45
Aust-Agder	126	29
Vest-Agder	102	95
Rogaland	85	140
Hordaland	99	103
Sogn og Fjordane	122	41
Møre og Romsdal	102	96
Sør-Trøndelag	105	87
Nord-Trøndelag	93	120
Nordland	99	104
Troms Romsa	92	123
Finnmark	99	103

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

Her blir det tydelig at forretningsreisende er viktige i flere enn de fire fylkene trukket frem tidligere. Det samme er tilfellet også i Troms og Nord-Trøndelag, der de forretningsreisendes utgifter ligger henholdsvis 23 og 20 prosent over gjennomsnittet. Vestfold som innhenter omtrent like mye som Nord-Trøndelag fra de forretningsreisende har derimot kun en indeks på 81, det vil si at utgiftene til de forretningsreisende er 19 prosent under gjennomsnittet.

Østfold er et annet fylke som også peker seg ut i denne oversikten med høye verdier. Med en indeks på 117 for norske husholdninger, forteller det at de privat-reisende har større betydning for samlet turistkonsum i Østfold enn i mer enn halvparten av de andre fylkene.

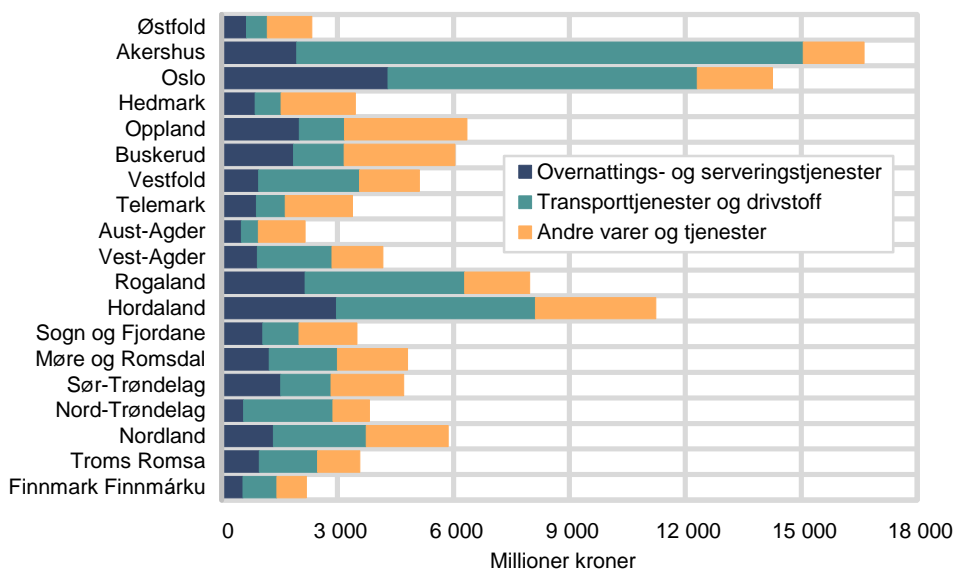
I analysen av nordmenns forbruk på ferie- og fritidsreiser og forretningsreiser er det viktig å merke seg hva som inkluderes i de respektive konsumentgruppene. Især er det viktig å merke seg at utgiftene til norske forretningsreisende kun omfatter norske næringers utgifter til forretningsreiser. Om den reisende i tillegg har utgifter som han eller hun dekker selv, så inkluderes dette i turistkonsumet til norske husholdninger. Det vil si at de norske forretningsreisendes turistkonsum inkluderer utgifter til transport, overnatting og servering. De reisendes kjøp av andre varer og tjenester som dagligvarer, klær, operabilletter mv, er en del av husholdningenes konsum. Fylker med mange forretningsreisende vil i mange tilfeller derfor få korresponderende turistkonsum fra husholdningene. Datagrunnlaget tillater ikke en videre fordeling av dette.

### Hva bruker turistene penger på?

Turistkonsumet fordeles på tre grupper av varer og tjenester. Konsumet av overnattings- og serveringstjenester er den minste posten og er beregnet til 27 milliarder kroner i 2007. Dette fordelte seg temmelig likt på norske husholdninger, norske næringer og utenlandske turister. For mer informasjon om dette, se vedleggstabellene B1 til B4.

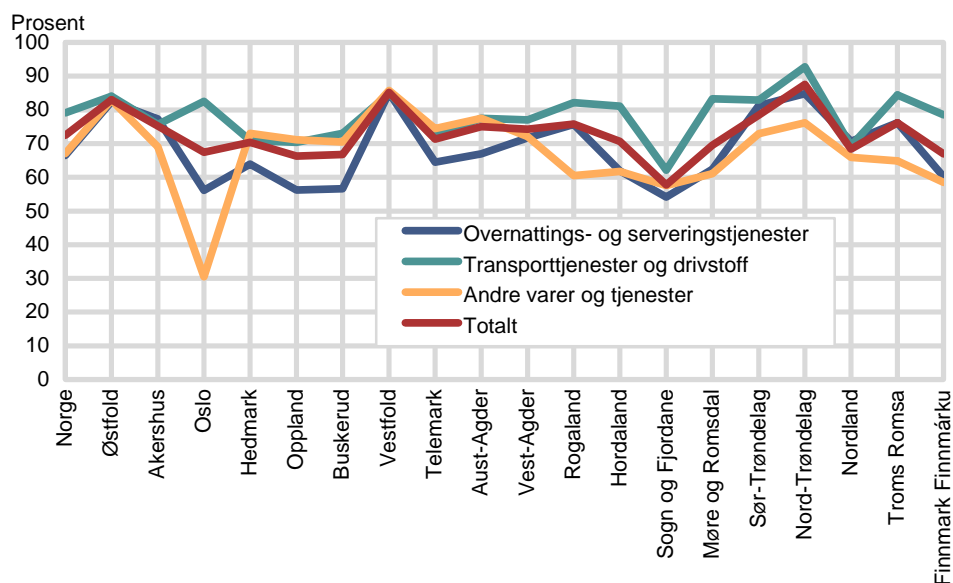
Fordelingen av konsumet av overnattings- og serveringstjenester etter fylke varierte derimot kraftig. I Sogn og Fjordane, Oslo, Oppland og Buskerud hadde de norske turistene minst betydning, mens om lag 85 prosent av turistkonsumet av overnattings- og serveringstjenester i Vestfold og Nord-Trøndelag kom fra nordmenn. I Vestfold var det de norske husholdningene som forbrukte mest av disse tjenestene, mens de privat- og forretningsreisende hadde nesten likt forbruk i Nord-Trøndelag.

Figur 1.6. Turistkonsum etter produkt og fylke<sup>1</sup>. 2007. Millioner kroner



<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

Fra 1997 til 2007 var Akershus det fylket som hadde sterkest vekst i turistkonsumet av overnattings- og serveringstjenester. Dette gjenspeiles i overnattingsstatistikkene som viser kraftig økning i antall hotellsenger og gjestedøgn. Utgifter til overnatting gjelder for betalinger til steder som driver kommersielt. Kostnader tilknyttet egen feriebolig eller leie av disse på privat basis er inkludert i konsumet av andre varer og tjenester.

Figur 1.7. Nordmenns andel av turistkonsum etter produkt og fylke<sup>1</sup>. 2007. Andel

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester

Forbruket av andre varer og tjenester er beregnet til vel 33 milliarder kroner. Andre varer og tjenester inkluderer dagligvarer, klær, suvenirer, boligjenester i forbindelse med egen og leid feriebolig, aktiviteter, passutstedelse mv.

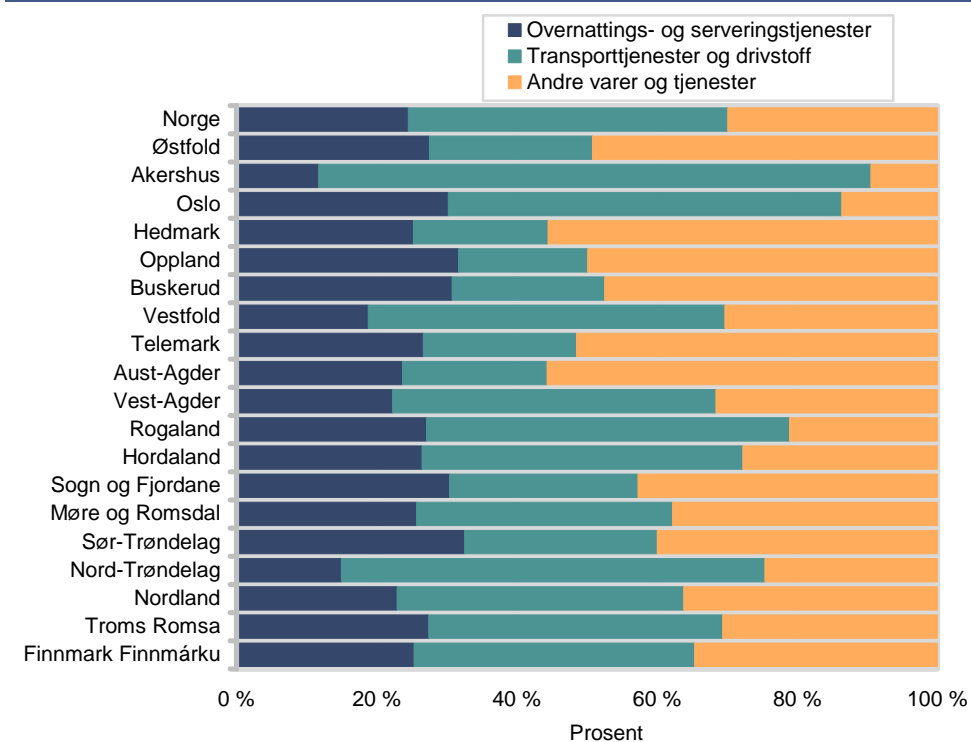
På landsbasis sto norske turister for to tredeler av konsumet av andre varer og tjenester. Oslo var fylket hvor nordmennene hadde den laveste andelen med kun 30 prosent. Høyest var andelen i Vestfold hvor nordmennene sto for 85 prosent av turistkonsumet av andre varer og tjenester.

Den helt klart største utgiftsposten for turister i Norge er transport. Nesten halvparten av turistkonsumet ble brukt på varene og tjenestene i denne produktgruppen på landsbasis for alle turistene. Norske turister konsumerte 80 prosent av dette. I transportutgiftene er passasjertransport, reisebyrågebyr, bompenger, drivstoff og lignende inkludert.

Konsumet av transporttjenester var klart størst i Oslo og Akershus og sammen med Rogaland, Hordaland og Vestfold mottok de 2 av 3 kroner brukt på transport. Som tidligere nevnt, inngår det i denne posten også transport til og fra utlandet, og nærmere halvparten av norske turistenes transportutgifter i Norge gikk med til dette.

Om lag halvparten av de utenlandske turistenes transportutgifter gikk også med til å reise til og fra Norge med norske selskaper, men da med Norge som reisemål. Deres utgifter på transporttjenester kjøpt av utenlandske selskaper er ikke inkludert.

Transportutgiftene gjorde et kraftig innhugg i turistenes reisepott, og noen fylker får som nevnt en større andel av dette enn andre. Betydningen av transportkonsumet sammenliknet med det resterende turistkonsumet innad i de enkelte fylkene er derimot ikke lik. Etter Akershus og Oslo, var Hordaland det fylket hvor det ble brukt mest på transport. Samtidig var Hordaland fylket som mottok nest mest av turistenes konsum av andre varer og tjenester. Dette konsumet er beregnet til vel 3,1 milliarder kroner i 2007 og utgjorde knappe 30 prosent av samlet turistkonsum i Hordaland. Årsakene for størrelsen på og fordelingen av disse tallene er flere, men mye av det kan tilskrives det faktum at hordalendinger bruker mye penger på ferier i eget fylke og har da utgifter på mat, klær, bensin, fergebilletter, heiskort med videre i forbindelse med disse reisene.

Figur 1.8. Turistkonsum etter produkt og fylke<sup>1</sup>. 2007. Andel

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

Oppland var det fylket som mottok mest av turistenes konsum av andre varer og tjenester. De 3,2 milliarder kronene som ble lagt igjen i Oppland utgjorde hele 50 prosent av samlet turistkonsum i dette fylket.

## 1.2. Hvem selger hva hvor?

Turisme er et etterspørselsbasert begrep som ofte best belyses av fordeling av konsumtall, som gjort i forrige avsnitt. Det skyldes at turistkonsumet består av en rekke varer og tjenester som er dels importerte og dels produserte og deretter solgt i Norge. De importerte varene og tjenestene er ikke med i en fordeling av produksjonen utover det som er avansen ved videresalg av de importerte varene i Norge.

Videre konsumerer turistene varer og tjenester fra en rekke næringer, men i varierende grad. I de fleste tilfeller er det flere enn turistene som benytter seg av disse varene og tjenestene. I 2007 er konsumet av karakteristiske reiselivsprodukter<sup>2</sup> beregnet til vel 70 milliarder kroner på landsbasis. Dette utgjorde vel 60 prosent av samlet turistkonsum.

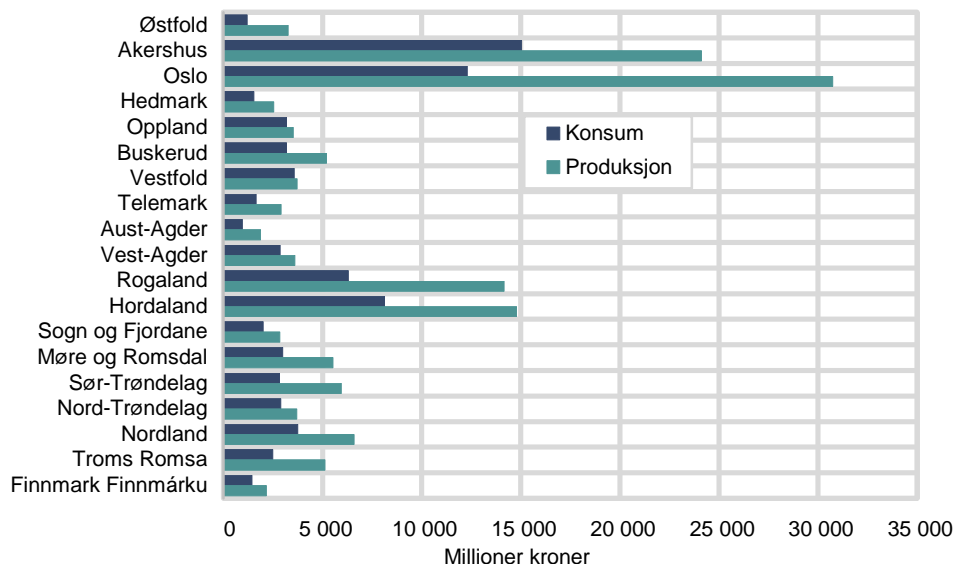
Noen næringer er mer relevante enn andre i denne sammenhengen og man kan derfor velge å benytte produksjonstall for disse i en analyse av turismen. Disse næringene defineres som reiselivsnæringer. Især gjelder dette næringer som produserer tjenester som produseres, leveres og konsumeres på samme sted til samme tid. Eksempler på dette er hotell, restauranter og passasjertransport.

Til tross for de nevnte forskjellene og utfordringene kan sammenhengen illustreres i figur 1.9. Som for turistkonsumet, var produksjonen i reiselivsnæringene hotell, restaurant og transport høyest i Akershus, Oslo, Rogaland og Hordaland. Der det er stor avstand mellom produksjon og konsum, tyder det på at det er flere anvendere som for eksempel lokalbefolkningen som går på restaurant og tar drosje som del av hverdagen sin.

<sup>2</sup> For oversikt over karakteristiske reiselivsprodukter og reiselivsnæringer, se vedlegg A.

I Vestfold var produksjonen og konsumet nesten like. Det betyr ikke at turistene konsumerer alt de nevnte næringene produserer i dette fylket, men at en del av tilgangen av disse varene og tjenestene kommer fra import av flytjenester, som ikke er inkludert i sammenlikningen.

**Figur 1.9. Konsum av overnattings-, serverings- og transporttjenester og -varer (i kjøperværdi) og produksjon i hotell-, restaurant- og transportnæringene (i basisverdi)<sup>1</sup>. 2007. Millioner kroner**



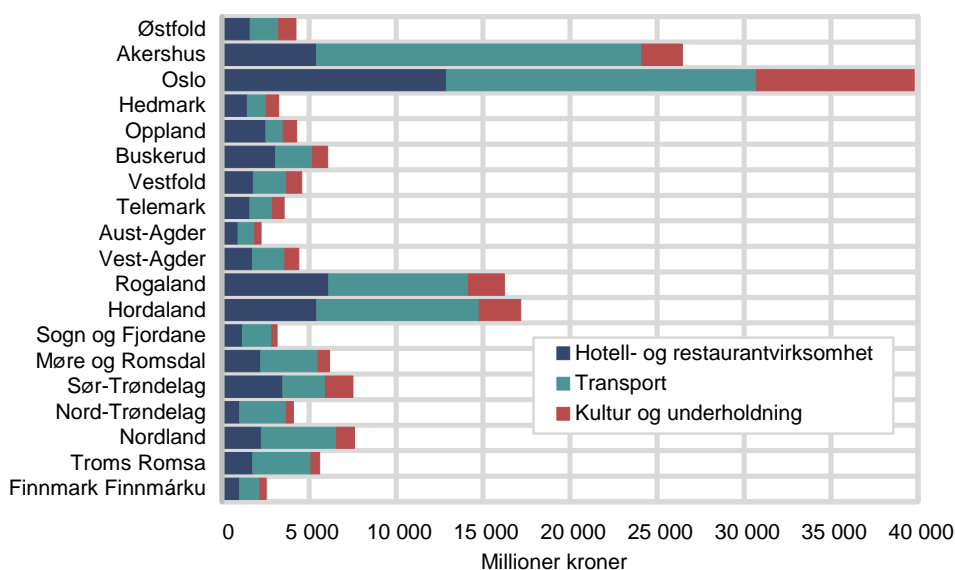
<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester i turistkonsumet, mens bruttoført i produksjonstillene.

### Hva produseres hvor?

Produksjonen i reiselivsnæringene var størst i Oslo og Akershus. Nesten 40 prosent av den samlede produksjonen i disse næringene stammet fra disse fylkene i 2007. I Akershus er det hovedflyplassen og trafikken der som er dominerende. I fordelingen av luftfartstjenester er det viktig å merke seg at det er passasjertallene og ikke hvor flyselskapet er registrert som legges til grunn i en fordeling.

Hotell- og restaurantvirksomheten var størst i Oslo med en produksjon på nesten 13 milliarder kroner i 2007. Det er dobbelt så mye som i fylkene med den nest største produksjonen i denne næringen. Det vil si Akershus, Rogaland og Hordaland hvor produksjonen var 5-6 milliarder kroner i hvert fylke.

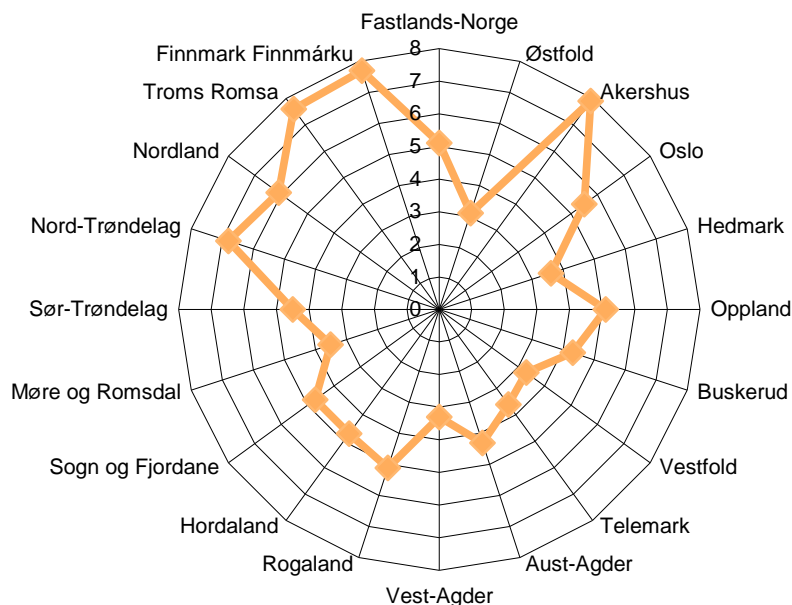
**Figur 1.10. Produksjon i reiselivsnæringene etter fylke og næring. 2007. Millioner kroner**



### Hvor store er reiselivsnæringene?

Produksjonen i reiselivsnæringene utgjorde 5,1 prosent av all produksjon i Fastlands-Norge i 2007. Akershus er igjen et fylke som skiller seg ut med en andel på 7,9 prosent, mens Rogaland og Hordaland havnet nært landsgjennomsnittet. Alle de nordligste fylkene hadde høye andeler på over 6 prosent. Reiselivsnæringene har med andre ord stor betydning for produksjonen i disse fylkene. Reiselivsnæringene hadde minst å si relativt sett i Østfold.

Figur 1.11. Produksjon i reiselivsnæringene av all produksjon. 2007. Prosent



En annen måte å måle størrelsen på en næring er å se på antall sysselsatte. En sysselsatt er en person som er i et arbeidsforhold enten som lønnstaker eller som selvstendig næringsdrivende i innenlandsk produksjonsaktivitet uavhengig av stillingsprosenten.

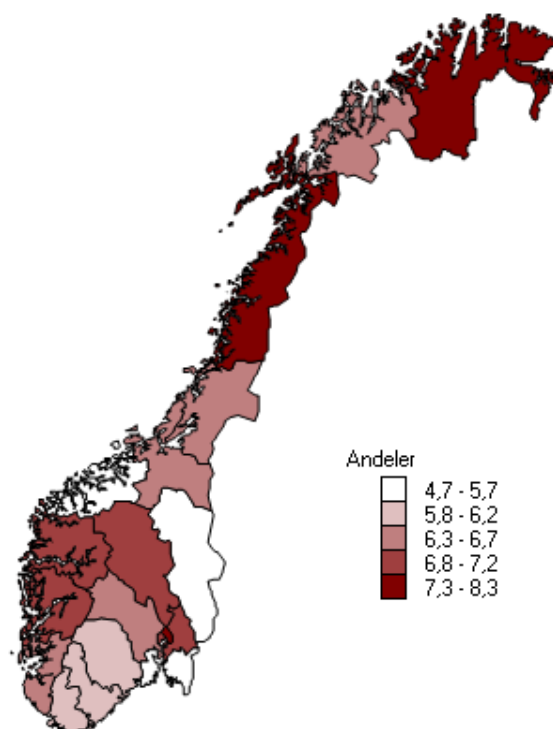
I 2007 var det totalt 165 000 sysselsatte personer i reiselivsnæringene. 35 000 av disse arbeidet i Oslo. Det vil si 7,4 prosent av alle sysselsatte i dette fylket. Det er det fylket med nest høyest andel av sysselsatte personer i reiselivsnæringene. Høyest var andelen i Nordland hvor 9 000 personer var sysselsatt i reiselivsnæringene i 2007.

For fire fylker, Akershus, Nord-Trøndelag, Troms og Finnmark, var andelen sysselsatte lavere enn andelen av produksjonen. For alle de andre fylkene var andelen sysselsatte høyere. Den største forskjellen var i Vest-Agder hvor andelen av produksjonen var 3,3 prosent mens andelen av sysselsatte personer var 6,1 prosent.

Bruttoproduktet i reiselivsnæringene var størst i Oslo og Akershus, og utgjorde underkant av 28 milliarder kroner i 2007. Det utgjorde nesten 40 prosent av samlet bruttoprodukt i reiselivsnæringene. Det tilsvarer andelen av produksjonen i reiselivsnæringene i disse fylkene. Andelen av turistkonsumet i Oslo og Akershus var nesten 10 prosentpoeng lavere.

Merk at det i denne sammenlikningen er brukt bruttoprodukt og ikke bruttonasjonalprodukt som er en mer utbredt størrelse å forholde seg til på nasjonalt plan. Grunnen er at bruttonasjonalproduktet ikke fordeles etter fylke, så for å ha sammenliknbare størrelser er bruttoproduktet benyttet. Forskjellen på bruttoprodukt og nasjonalprodukt er at sistnevnte også inkluderer skatter og avgifter. For reiselivsnæringene vil det hovedsakelig si merverdiavgiften.

Figur 1.12. Andel sysselsatte personer i reiselivsnæringene. 2007. Prosent



Tabell 1.2. Reiselivsnæringenes bruttoprodukt og deres andel av fylkets totale bruttoprodukt. 2007

Fylke	Millioner kroner	Andel. Prosent
Akershus .....	10 082	6,8
Finnmark Finnmarku .....	1 052	6,0
Nord-Trøndelag .....	1 596	5,6
Troms Romsa .....	2 090	5,5
Rogaland .....	7 885	5,4
Oslo .....	18 070	5,3
Nordland .....	3 077	5,2
<b>Fastlands-Norge</b> .....	<b>75 731</b>	<b>5,0</b>
Sogn og fjordane .....	1 405	4,9
Oppland .....	2 115	4,8
Hordaland .....	7 290	4,7
Sør-Trøndelag .....	3 927	4,7
Buskerud .....	3 115	4,6
Aust-Agder .....	1 063	4,2
Vest-Agder .....	2 118	4,2
Vestfold .....	2 170	3,9
Telemark .....	1 785	3,9
Møre og Romsdal .....	2 831	3,8
Hedmark .....	1 607	3,6
Østfold .....	2 198	3,4

Ifølge resultatene beregnet i fylkesfordelt satellittregnskap for turisme for 2007, varierer omfanget og betydningen av turistkonsumet samt produksjonen, sysselsettingen og verdiskapingen i reiselivsnæringene fra fylke til fylke. Akershus og Oslo har absolutt sett mest turisme, mens i Finnmark som er blant fylkene med lavest turistproduksjon og -forbruk, har turismen mye å si sammenliknet med annen næringsvirksomhet i fylket. Østfold er fylket der turismen bidrar minst til verdiskapingen innad i fylket.



## 2. Hva og hvordan

### 2.1. Om nasjonalregnskap og satellittregnskap

Formålet med fylkesfordelt satellittregnskap for turisme er å lage et styringsverktøy som måler omfanget og betydningen av turismen på regionalt nivå og som er konsistent med de tilsvarende regnskapene for landet og fylkene.

Det finnes ingen retningslinjer som direkte omfatter beregninger av regionale satellittregnskap for turisme. Derfor legges retningslinjene for utarbeidelse av nasjonalregnskap<sup>3</sup>, satellittregnskap for turisme<sup>4</sup> og utenriksregnskap<sup>5</sup> til grunn for beregningene foretatt her. Retningslinjene for nasjonalregnskap dekker også regionalfordeling av disse. Standarder for nærings- og produktgruppering<sup>6</sup> benyttes gjennomgående i hovedkildene og regnskapene.

Tallene som er beregnet tidligere i nasjonalregnskapet, utenriksregnskapet, satellittregnskapet for turisme og det fylkesfordelte nasjonalregnskapet er brukt i beregningene her. Referanseåret er 2007 da dette er siste året tilgjengelig for alle fire regnskapene.

Dette er andre gangen et komplett fylkesfordelt satellittregnskap for turisme utarbeides. Komplette betyr at tall for både tilgangs- og anvendelsessiden er beregnet. Første gangen var for referanseåret 1997 og er dokumentert av Brændvang og Sørensen (2002). Siden den gang har en rekke nye kilder og muligheter til å sammenlikne disse effektivt kommet til. Disse er allerede innarbeidet i det nasjonale satellittregnskapet for turisme og i det fylkesfordelte nasjonalregnskapet, noe som er dokumentert av Auno og Sørensen (2009) og av Chen (2009). For detaljer henvises det til disse publikasjonene. I denne rapporten inkluderes en del forklaringer på begreper og prinsipper som anses som viktige i forståelsen og tolkingen av resultatene lagt frem her.

I tillegg til kildene som er innarbeidet tidligere, har det blitt utført flere undersøkelser om nordmenns og utlendingers turistkonsum i Norge som del av TOURIMPACT. Disse undersøkelsene er utført av Transportøkonomisk institutt og resultatene er dokumentert av Farstad og Dybedal i flere rapporter i 2010 og 2011. Resultatene er benyttet i beregningene av fylkesfordelt satellittregnskap for turisme. Metodene brukt og prinsippene fulgt i disse beregningene er beskrevet etter gjennomgangen av de overordnede begrepene og prinsippene.

#### Nasjonalregnskap

Nasjonalregnskapet som Statistisk sentralbyrå utarbeider, er laget for å gi et fullstendig og konsistent bilde av utviklingen i den norske økonomien. Utviklingen måles ved bruttonasjonalproduktet som er en indikator for samlet verdiskaping i et land, og hovedstørrelser for produksjon, konsum, sparing, investering, produktinnsats, import og eksport. Det dekker med andre ord verdien av tilgangen og anvendelsen av varer og tjenester i den norske økonomien. Nasjonalregnskapet inneholder også tall for ulike deler av samfunnsøkonomien, blant annet om næringer, husholdninger, arbeidsmarkedet og utenrikshandelen. Det bygger på tall fra de fleste av Statistisk sentralbyrås økonomiske statistikker.

<sup>3</sup> Det europeiske nasjonalregnskapssystem ENS 1995.

<sup>4</sup> 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework

<sup>5</sup> Balance of Payments and International Investment Position Manual Sixth Edition (BPM6).

<sup>6</sup> Standard for næringsgruppering og Statistical Classification of Products by Activity in the EEC.

## Nasjonalregnskapsbegrep

**Tilgang** = Produksjon (basisverdi) + Import + Produktskatter – Produktsubsidier

**Anvendelse** = Konsum i alt + Produktinnsats + Eksport + Bruttoinvestering i fast realkapital + Lagerendring

**Produksjon** er verdien av varer og tjenester fra innenlandsk produksjonsaktivitet, dvs. fra markedsrettet virksomhet, produksjon for eget bruk og ikke-markedsrettet virksomhet i offentlig forvaltning og i ideelle organisasjoner.

**Markedsrettet produksjon** omfatter produksjon som selges til priser som normalt medfører at salgsinntektene overstiger produksjonskostnadene. Ikke-markedsrettet produksjon omfatter produksjon hvor produktene ikke omsettes i noe marked, eller selges til så lave priser at de ikke dekker produksjonskostnadene.

Norsk eller **innenlandsk produksjonsaktivitet** omfatter produksjonsenheter som er definert som **hjemmehørende** i landet, dvs. når den utøver økonomiske aktiviteter innenfor landets økonomiske territorium over lengre tid (ett år eller mer). Med **Fastlands-Norge** menes all innenlandsk produksjonsaktivitet utenom næringene utvinning av råolje og naturgass, tjenester tilknyttet olje- og gassutvinning, rørtransport og utenriks sjøfart.

Et foretak, som er en juridisk enhet, omfatter én eller flere lokale bransjeenheter (bedrifter). De lokale bransjeenheter (bedriftene) er **produksjonsenheter**, og bygger på en inndeling av hvilken økonomisk aktivitet de utøver. Med aktivitet menes i denne sammenheng en prosess der ulike produksjonsfaktorer (råvarer, kapital og arbeidskraft) i samspill produserer **varer eller tjenester**. Alle lokale bransjeenheter (bedrifter) som utøver samme eller lignende aktiviteter, utgjør en **næring**.

**Produktinnsats** er verdien av brukte innsatsvarer og -tjenester i innenlandsk produksjonsaktivitet, unntatt kapitalslit (bruk av fast realkapital).

**Bruttoprodukt** er verdiskaping og opptjent bruttoinntekt fra innenlandsk produksjonsaktivitet i en næring eller sektor (eller totalt for alle næringer/sektorer), avledet og definert som produksjon minus produktinnsats. Bruttoprodukt publiseres i basisverdi, dvs. at produktsubsidier er inkludert, men ikke merverdiavgift eller andre produktskatter. Når man inkluderer produktskattene og ekskluderer produktsubsidiene får man **bruttonasjonalprodukt (BNP)**, det vil si bruttoprodukt i alt (basisverdi) + Produktskatter – Produktsubsidier.

**Konsum i husholdninger** dekker husholdningenes utgifter til konsum, dvs. til anskaffelser av varer og tjenester for konsumformål. Husholdningenes anskaffelser av verdigjenstander (antikviteter, kunstgjenstander mv.) regnes som bruttoinvestering.

**Boligtjenester** produseres, og konsumeres, av husholdninger som bor i selveide boliger. Dette er produksjon for eget bruk i næringen boligtjenester, egen bolig, som inngår som en del av konsum i husholdningene. For husholdninger som bor i leide boliger, er konsumet av boligtjenester den betalte husleien. Disse boligtjenestene produseres av boligens eier, og er karakteristisk produksjon for næringen eiendomsdrift. De samme prinsippene gjelder eide og leide ferieboliger.

**Internasjonal transport** vil si transport inn og ut av et økonomisk territorium. Dette kan foregå med innenlandske eller utenlandske enheter. Import av dette er når innlendinger bruker utenlandske selskaper og eksport vice versa. Av konsistensgrunner særbehandles disse tjenestene.

Billettkontorer for utenlandske transportselskaper regnes som reisebyrå i landet de ligger, mens tilgangen av transporttjenestene skal legges til import av den respektive transportformen.

**Innlending** og **utlending**, eller hjemmehørende og ikke hjemmehørende, defineres ikke ut fra statsborgerskap, men av bosted og økonomisk interessesentrum.

## Satellittregnskap

Innenfor nasjonalregnskapets standardiserte og relativt aggregerte kontoplan er det enkelte økonomiske forhold som ikke så lett lar seg belyse ved hjelp av det ordinære nasjonalregnskapet. For å kunne analysere spesielle områder mer inngående, utarbeides det såkalte satellittregnskap.

Satellittregnskap er betegnelsen på et regnskap som i utgangspunktet bygger på nasjonalregnskapsbegreper og nasjonalregnskapstall, men hvor man foretar en spesiell tilpasning for å belyse et bestemt økonomisk fenomen eller område mer inngående, eller fra en annen synsvinkel enn i det ordinære nasjonalregnskapet. Dette kan gjøres ved å legge til grunn en annen klassifisering av næringer eller grupper næringer og produkter annerledes enn de tradisjonelle standardene gjør. Satellittregnskapet kan også inneholde flere detaljer enn nasjonalregnskapet. Beregninger og definisjoner i et satellittregnskap vil alltid være konsistent med nasjonalregnskapet.

Både fylkesfordelt nasjonalregnskap og satellittregnskap for turisme er satellittregnskap.

Det er verdt å merke seg at kvaliteten på nasjonalregnskapstall er avhengig av et godt og dekkende statistikkgrunnlag. Dette gjelder i høy grad også tallene i satellittregnskapene. På de områdene statistikkgrunnlaget er av dårlig kvalitet eller mangler helt, vil usikkerheten i satellittregnskapet være stor. Forøvrig er nasjonalregnskapet, og videre satellittregnskapene, først og fremst bygget opp med tanke på å gi en meningsfull og konsistent oversikt over hovedstørrelser i norsk økonomi. Man må derfor være forsiktig med å trekke for bastante konklusjoner på bakgrunn av svært detaljerte tallstørrelser fra nasjonalregnskapet og satellittregnskapet for turisme, både på landsbasis og på fylkesnivå.

Usikkerheten i detaljerte størrelser er en årsak til at ytterligere detaljer enn de publisert i denne rapporten ikke kan gis. Turistkonsumet på Svalbard og andre områder utenfor det norske fastlandet er av den grunn ikke gitt her.

En annen årsak til detaljgraden brukt i denne rapporten at det innenfor en rekke områder og regioner er få aktører, slik at ytterligere detaljer ikke kan gis uten å risikere at noen av disse kan identifiseres.

## Satellittregnskap for turisme

Det kan ikke settes likhetstegn mellom produksjonen i reiselivsnæringene og reiselivets betydning for norsk økonomi da disse næringene ikke selger sine produkter eksklusivt til turister. Turister kjøper dessuten varer og tjenester fra en rekke andre næringer enn de som omtales som reiselivsnæringene. Studier av kun reiselivsnæringene i nasjonalregnskapet gir derfor ikke et fullstendig bilde av turismens betydning. I stedet utarbeides et satellittregnskap for turisme.

For å kunne tallfeste turismens størrelse og turismens bidrag til norsk økonomi er det nødvendig å belyse både tilbudssiden og etterspørselssiden. I satellittregnskapet for turisme gjøres det derfor beregninger for begge sidene. Siden turisme er relatert til turistenes forbruk og aktiviteter, er utgangspunktet for beregningene etterspørselssiden.

Etterspørselssiden viser samlet turistkonsum i Norge og består av norske husholdningers turistkonsum, utlendingers turistkonsum og utgifter til forretningsreiser i norske næringer. Tilbudssiden viser samlet produksjon, bruttoprodukt og sysselsetting for reiselivsnæringene samt produksjon av det som er klassifisert som reiselivsprodukter. Regnskapet skal dermed gi et fullstendig bilde av turismens betydning for den norske økonomien som er konsistent med det ordinære nasjonalregnskapet. Dette gjør at turismen kan sammenliknes med andre deler av økonomien.

### Definisjoner i satellittregnskapet for turisme

**Turisme** er et etterspørselsbasert begrep som er relatert til turistenes forbruk og aktiviteter. For å belyse dette området i nasjonalregnskapssammenheng har man definert noen næringer og produkter som karakteristiske for reiseliv, såkalte **reiselivsnæringer og -produkter**. Dette er næringer hvor salget til turister utgjør en markant andel av produksjonen i næringen. De kjennetegnes med at de produserer produkter som regnes som spesielt reiselivsrelaterte. Det vil si produkter som overnattingstjenester, serveringstjenester, transporttjenester mv.<sup>7</sup>

En **turist** er en person som reiser til eller oppholder seg på et sted som ligger utenfor det området personen normalt ferdes i. Reisen skal ikke være av rutinemessig karakter og oppholdet må ikke vare over et år. Reisene kan være private reiser og forretningsreiser. Turisten kan bo i Norge eller utlandet.

Reisen kan være med og uten overnatting. Da det er svært ressurskrevende å lage dekkende statistikk for dagsturisme, er dette kun delvis med i turistkonsumtallene. Der produksjonstall benyttes som kilde som for passasjertjenester, fanges dette opp, men kan ikke skilles ut. I Transportøkonomisk institutts gjesteundersøkelse er det også noen tall om dagsturisme fra utenlandske turister. Her er det nyttig å merke seg at cruisepassasjer på utenlandske skip regnes som dagsturist i hver havn de stopper i.

**Turistkonsum** i Norge er her definert som norske og utenlandske turistenes samlede turistrelaterte utgifter i Norges 19 fylker. Det inkluderer varer og tjenester som kjøpes av turister, enten de reiser med formål ferie- og fritidsreiser eller på oppdrag for arbeidsgiver med formål forretningsreiser, kurs, konferanser eller lignende. Se figur 2.1. for illustrasjon av turistkonsumets konsumentgrupper.

Turistkonsumet inkluderer ikke utgifter på varer og tjenester som man kan bruke i hverdagen også, som sykler, selv om disse ble kjøpt inn til ferien.

I nasjonalregnskapet er privatreisene del av husholdningskonsumet, mens forretningsreisendes utgifter er del av produktinnsatsen til enheten de arbeider for. Utenlandske turistenes konsum er i nasjonalregnskapet eksport av reisetrafikk og internasjonale transporttjenester.

Om en turist er norsk eller utenlandsk avhenger av personens bosted og ikke statsborgerskap. Noen grupper som studenter, ambassadeansatte og korttidsarbeidere skal særbehandles. Grunnet manglende datagrunnlag til å skille de helt ut samt et ønske om konsistens med nasjonalregnskapet, er deres konsum delvis inkludert i utlendingers turistkonsum i Norge.

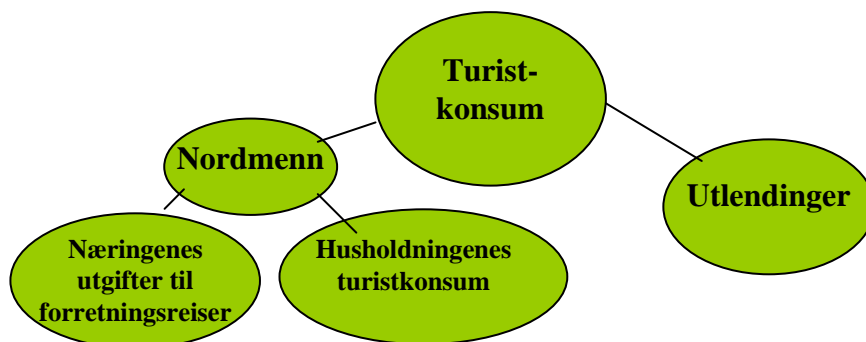
Turistkonsum i Norge, betyr at norske husholdningers og næringers forbruk på reiser i utlandet ikke er med i tallene. Dette holdes utenfor og kalles import av reisetrafikk og internasjonale transporttjenester. Disse er turister i andre økonomiske territorier og kjøper varer og tjenester levert av produksjonseenheter der. Varer for videresalg i hjemlandet samt kjøp verdigjenstander og kostbare, varige bruksting som bil, er ikke del av reisetrafikken, men import av de respektive produktene.

Inkludert i tallene er derimot norske husholdningers og næringers kjøp av varer og tjenester i forbindelse med reiser til og fra utlandet og som er levert av enheter som er hjemmehørende i Norge eller utenlandske transportselskaper.

For utenlandske turister inkluderes varer og tjenester levert av norske produksjonseenheter. Om de ankommer landet med et utenlandsk transportselskap er ikke utgiftene til dette inkludert i tallene. Disse avgrensningene skyldes at vi kun inkluderer transaksjoner som har direkte innvirkning på norsk økonomi. Penger tjent og brukt i utlandet av utlendinger på varer og tjenester produsert og levert der har ingen direkte økonomisk betydning for norsk økonomi. Forbruk av norsk produksjon innenlands og eksport av norsk produksjon samt import av varer og tjenester fra utlandet påvirker derimot den totale verdiskapingen i landet målt i bruttonasjonalprodukt.

<sup>7</sup> Se vedlegg A for mer informasjon.

Figur 2.1. Turistkonsum etter konsumentgrupper



## 2.2. Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme

### Sammenheng med andre regnskap

Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme har det samme utgangspunktet som satellittregnskapet for turisme på nasjonalt plan. I en fylkesfordeling er det dog en enda større utfordring å finne kilder med detaljer av høy nok kvalitet som kan si noe om turistkonsumet etter hvor det har funnet sted. Dette er en av grunnene for at det kun er produksjon, bruttoprodukt og sysselsetting i reiselivsnæringene som blir beregnet regelmessig.

Da mange reiselivsprodukter er tjenester som må fortæres på stedet hvor og når de produseres, er det et godt alternativ for å analysere omfanget av produksjonen av disse. I beregningene her benyttes det fylkesfordelte nasjonalregnskapet og næringene som er definert som reiselivsnæringene trekkes ut uten ytterligere tilpasninger.

Ved beregning av et komplett fylkesfordelt satellittregnskap er det ikke tilstrekkelig å bare se på norsk produksjon. Her må også import av internasjonale transporttjenester fordeles etter fylke.

En annen grunn til at fylkesfordelt turistkonsum ikke blir beregnet regelmessig er at dette er en svært ressurskrevende prosess, da det fylkesfordelte nasjonalregnskapet ikke kan benyttes som utgangspunkt. I det fylkesfordelte nasjonalregnskapet er konsumet fordelt etter residensprinsippet. Det innebærer at konsumet tilfaller den regionen der konsumenten bor, og ikke den regionen hvor konsumet finner sted. Hvilke varer og tjenester som er konsumert, er heller ikke gitt. Videre inkluderer det ikke informasjon om utlendingers konsum.

I satellittregnskapet for turisme på landsbasis er det dessuten gjort en avgrensning og fulgt et prinsipp som ikke egner seg å videreføre i en regionfordeling av turistkonsumet. Dette gjelder henholdsvis eksklusjonen av konsum av varer og tjenester man ville ha kjøpt uavhengig av om man var på reise eller ei og bruttoføring av turoperatørtjenester.

Bruttoføring av turoperatørtjenester betyr at produksjonen til turoperatørene består av både det de tar betalt for sine formidlings- og pakketjenester og det leverandørene for tjenestene inkludert i pakken tar betalt. Produksjonen blir regnet som hjemmehørig der hvor turoperatøren befinner seg og i tillegg til der hvor resten av tjenestene blir levert. Det vil si for eksempel si at hotelltjenester i Finnmark solgt via en turoperatør i Oslo er inkludert som produksjon av turoperatørtjenester i Oslo og som produksjon av hotelltjenester i Finnmark. Hotelltjenestene anses som solgt til turoperatøren og ikke turisten, og kommer inn i regnskapene som produktinnsats til turoperatøren og ikke i turistkonsumet.

Videre er det slik at en stor andel av tjenestene som inngår i pakketurer solgt i Norge leveres av utenlandske aktører da reisen går til utlandet. Produktinnsatsen består med andre ord av importerte tjenester. Turistkonsumet av disse tjenestene skal inngå i import reisetrafikk og ikke inngå i turistkonsumet i Norge. Selve formidlings- og pakketjenestene samt varer og tjenester levert i Norge skal inkluderes selv om de er i forbindelse med reiser til og fra utlandet. For å få stedfestet turistkonsumet til regionen der det har funnet sted og til tjenesten og varen levert til turisten, så er det nødvendig å nettoføre turoperatørtjenester. Det vil si at formidlings- og pakketjenestene skilles ut og utgjør produksjonen til turoperatørene. Deres produksjon blir i sin helhet konsumert av turister. Konsumet tilfaller regionen hvor turoperatøren ligger. Merk at det er kun i fordeling av turistkonsumet at nettoføring av turoperatørtjenestene benyttes. I fordelingen av produksjonen er disse bruttoført som i nasjonalregnskapet for øvrig.

Den nevnte avgrensingen gjelder ekskludering av konsum av varer og tjenester man ville ha kjøpt uavhengig av om man var på reise eller ei. Dette gjelder matvarer, toalettartikler, klær og andre varer og tjenester som inngår i hverdagen også. I norske husholdningers turistkonsum inkluderes med andre ord kun det en har konsumert i direkte forbindelse med turen. Dette kalles merkonsum. Denne avgrensningen skyldes at det ikke har noe å si på den nasjonale verdiskapingen hvorvidt en bergenser kjøper brød og melk hjemme i Bergen eller på campingtur i Trøndelag. På regionalt nivå er det derimot av betydning hva det totale turistkonsumet er der det finner sted.

Ved å bruke det totale turistkonsumet bør man merke seg at noe av forbruket bare har forflyttet seg innad i fylket. Nordmenn bruker ofte egen hytte på sine reiser og disse ligger svært ofte i samme fylke som man bor i. På vestlandet og i Nord-Norge har over 7 av 10 hytteeiere hytten sin i bostedsfylket. Og i enkelte fylker er det deres egne beboere som dominerer, som i Hordaland hvor mer enn 8 av 10 hytter eies av hordalendinger.<sup>8</sup>

Konsum som kan knyttes til varer som man antas at vil brukes i hverdagen som sykler innkjøpt til ferien, er i henhold til retningslinjene for satellittregnskap for turisme fremdeles ikke inkludert.

Avgrensingen med merkonsum vedrører ikke utlendingers turistkonsum og norske næringers utgifter til forretningsreiser. I norske forretningsreisendes turistkonsum er det kun det konsumet som er betalt av arbeidsgiver som er inkludert. Dersom man er på forretningsreise og velger å bli lenger eller har turistrelaterte utgifter for egen regning, vil dette inkluderes i husholdningenes turistkonsum. Det vil si at de private utgiftene til norske forretningsreisende påvirkes av avgrensingen, men at det gjør utslag i husholdningenes turistkonsum.

For utenlandske turister er alle turistrelaterte utgifter på reise i Norge regnet som turistkonsum uavhengig av om produktene kjøpt skal brukes kun på reise eller i hverdagen og hvorvidt det er en privatperson eller et firma som dekker utgiftene. I motsetning til nordmenns turistkonsum i Norge, påvirker alle utgiftene til de utenlandske turistene norsk økonomi, og blir derfor inkludert i turistkonsumet.

### **Beregning av tilgangssiden**

Regionalregnskapet har hjemstedsprinsippet<sup>9</sup> som hovedprinsipp. Det betyr at alle transaksjoner foretatt av enheter allokteres til den regionen hvor de har sitt økonomiske interessesentrum.

<sup>8</sup> Informasjon om ferieboligenes beliggenhet og eiernes bosted er funnet ved å koble Statens kartverks register over grunneiendommer, adresser og bygninger med folkeregisteret.

<sup>9</sup> Som definert i Det europeiske nasjonalregnskapssystem ENS 1995.

For hoteller, forretninger og fabrikker som er stedfaste er det økonomiske interessesentrumet enkelt å definere. For transportselskaper er dette vanskeligere da de ofte ikke er organisert i enheter som gjenspeiler hvor de yter sine tjenester. Landtransport, det vil si drosjer, rutebil og turbusser, og sjøtransport skal i henhold til retningslinjene allokere til enhetens hjemsted. Banetransport, det vil si jernbane, t-bane, trikk og kabelbaner, og flytransport skal fordeles etter passende indikatorer. Flytransport fordeles i det fylkesfordelte nasjonalregnskapet hovedsakelig etter passasjertall og banetransport etter regnskaper hvis enhetene har et geografisk begrenset økonomiske interessesentrum, og etter sysselsatte etter region for de øvrige enhetene.

Hovedkilden i disse beregningene er økonomiske statistikker for bedrifter (strukturstatistikk). Her innhentes en rekke opplysninger fra foretakene som er juridiske enheter, og fordeles utover på bedrifter etter aktivitet og beliggenhet.

Fordelingen skjer etter top-down-metoden. Det vil si at man tar utgangspunkt i de nasjonale tallene for de enkelte næringene og fordeler dette ved hjelp av nøkler. Fordelingsnøklerne skal så nøyaktig som mulig gjenspeile komponentene som skal fordeles. De må også gjenspeile fordelingen til de hjemmehørende enhetene. Denne metoden sikrer konsistens mellom de regionale og nasjonale tallene.

For mer informasjon om fylkesfordeling av nasjonalregnskapet, se Chen (2009) og Statistisk sentralbyrås nettside<sup>10</sup>.

Som tidligere nevnt, benyttes tallene fra det fylkesfordelte nasjonalregnskapet til å fordele produksjon, bruttoprodukt og sysselsetting for reiselivsnæringene. Dette er samme praksis som ble etablert ved utarbeidelsen av det fylkesfordelte satellittregnskap for turisme for 1997. Det er verdt å merke seg at metoden ikke er endret, men at kildene i grunnlaget fra nasjonalregnskapet og det fylkesfordelte nasjonalregnskapet har endret seg i mellomtiden. Man skal derfor ha dette i mente ved eventuelle sammenlikninger av resultatene av 1997- og 2007-årgangene av det fylkesfordelte satellittregnskapet for turisme.

I tillegg til produksjon kommer også import av internasjonale transporttjenester når hele tilgangssiden for reiselivsnæringen skal fordeles. Import av internasjonale transporttjenester vil si nordmenn som skal reise inn eller ut av landet med utenlandske transportselskaper.

Turistene kjøper også andre importerte varer og tjenester, men disse blir da formidlet av norske næringsdrivende og avansen de får inngår i norsk produksjon.

Det har i analysen blitt fremhevet at turistkonsumet i Vestfold har endret seg siden 1997 på grunn av Sandefjord Lufthavn Torp. En liknende endring kunne være å forvente for Østfold grunnet Moss Lufthavn Rygge, men der startet man først med sivil luftfart mot slutten av 2007.

Kildene brukt her er passasjertall etter flyplass og flyselskapenes hjemland og etter nasjonalitet (innledning/utlending), havn og rederienes hjemmehørighet. Begge innhentes av Statistisk sentralbyrå. I tillegg har Avinors og Transportøkonomisk institutts undersøkelser om flyvaner med informasjon om de reisende og billettpriser blitt brukt til å beregne verdien av produksjon, import og eksport av flytjenester. Transportøkonomisk institutts gjesteundersøkelser er også brukt til å fordele den internasjonale ferjetrafikken. Det er videre innhentet opplysninger direkte fra rederiene.

---

<sup>10</sup> [www.ssb.no/fnr](http://www.ssb.no/fnr)

Det er også noe internasjonal transport med jernbane og buss. Dette er fordelt etter hovedfartsårer og konsumet i nærmeste store destinasjon, som Oslo for alle som reiser gjennom Østfold, Hedmark og Akershus fra og til utlandet.

Av konfidensialitetsgrunner kan ikke import av internasjonale transporttjenester publiseres etter fylke. De beregnede tallene er derimot brukt til å stedfeste turistkonsumet og størrelsen på dette etter fylke.

Turistkonsumet er beregnet og fordelt kun for Norges 19 fylker som omtalt i kapitlet om funnene, men omtales som forbruket i Norge. Produksjonen, bruttoproduktet og sysselsettingen i reiselivsnæringene er derimot fordelt for hele den norske økonomien. I tabellene og analysen brukes både Norge og Fastlands-Norge. Førstnevnte er da hele den norske økonomien på kontinentalsokkelen, utenriks sjøfart, Svalbard med videre samt fastlandet. I de fleste tilfeller benyttes tall for Fastlands-Norge i sammenlikningene mellom reiselivsnæringene og økonomien i alt. Dette skyldes at produksjonen på kontinentalsokkelen er svært dominerende i norsk økonomi og at endringer i oljeprisen gir store utslag i nivået på bruttonasjonalproduktet.

### **Beregning av anvendelsessiden**

Anvendelsessiden består av flere komponenter som eksport, produktinnsats, husholdningers konsum og konsum i ideelle organisasjoner. Dette er ikke komponenter som kan inkluderes eller ekskluderes i sin helhet i det fylkesfordelte turistkonsumet. Turistkonsumet består som tidligere beskrevet, av eksport - utlendingers kjøp av internasjonale transporttjenester fra norske selskaper for å reise til eller fra Norge og deres utgifter på reise i Norge, produktinnsats – norske næringers utgifter til forretningsreiser og husholdningenes konsum avgrenset til det turistrelaterte konsumet i Norge. Videre konsumerer de varer og tjenester som de øvrige anvenderne også bruker.

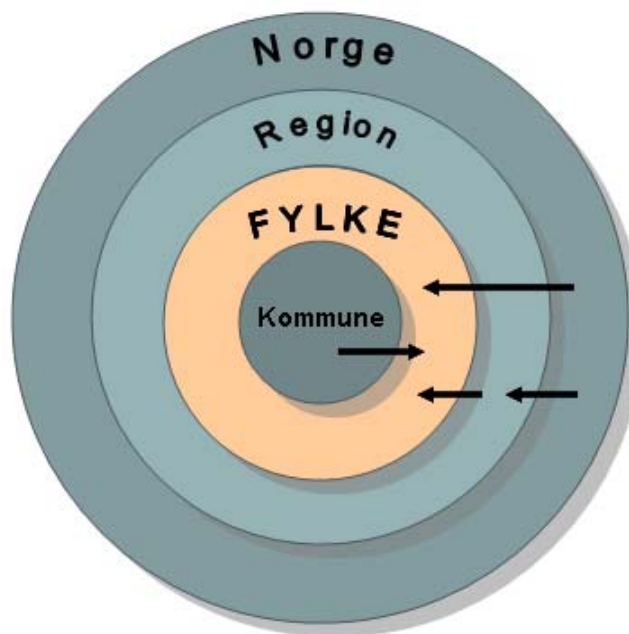
I dette prosjektet har vi ikke fordelt all anvendelse, men tatt utgangspunkt i samlet turistkonsum etter turistkonsumentgruppe og produkter fra det nasjonale satellittregnskapet for turisme og fordelt dette etter fylker. Mange steder benyttes produksjonen som kilde på landsbasis, især der det gjelder tjenester som hovedsakelig har turister som kjøpere. Dette er ikke hensiktsmessig for flere av passasjertransporttjenestene da enhetens hjemmehørighet sier lite om for eksempel hvor ferjetrafikken er og hvor mye av produksjonen som blir anvendt av turister. Produksjonstallene må derfor suppleres med en rekke andre kilder.

Som for tilgangssiden er top-down-metoden brukt. Ideelt hadde man beregnet tallene på fylkesnivå og summert de opp til landsnivå. Denne metoden kalles bottum-up-metoden. Dette er ytterst ressurskrevende og ikke en mulig tilnærming med dagens datagrunnlag. Flere av tallene beregnet ved hjelp av top-down-metoden kan derimot kontrolleres ved hjelp av statistikker med flere detaljer for kommuner, fylker og regioner. Metoden valgt er dermed en blanding av de to hovedmetodene. Dette er den samme tilnærmingen som for fordelingen i 1997.

De viktigste forskjellene sammenliknet med 1997 er at vi har en lang rekke flere kilder som har informasjon som kan stedfestes og bedre tekniske løsninger som muliggjør effektiv kobling og sammenlikning av disse. Videre har vi mer informasjon om turistenes konsum fra Statistisk sentralbyrås løpende reiseundersøkelse. Denne inneholder dog ikke tilstrekkelig detaljer i sin nåværende form. Transportøkonomisk institutt har derfor gjennomført flere undersøkelser om nordmenns feriereiser i Norge og utlendingers reiser uansett formål i Norge som del av TOURIMPACT. Transportøkonomisk institutts undersøkelser er sammenstilt i to matriser for henholdsvis utenlandske turister og norske husholdninger fordelt etter produktgrupper.



Figur 2.2. Modell over fordelingsmetoder av turistkonsum



Alt dette medfører at resultatene er av bedre kvalitet. Noe som igjen medfører at tallene for 2007 kan publiseres etter tre dimensjoner: fylke x produktgruppe x konsumentgruppe. For 1997 ble resultatene publisert etter to dimensjoner samtidig, fylke x produktgruppe og fylke x konsumentgruppe.

En gjennomgang av kildene og metoden brukt til fylkesfordelingen etter produktgrupper følger.

Fremdeles er det store utfordringer i sammenstilling av de forskjellige kildene samt beregning og fordelingen av turistkonsumet etter fylke, produkt og konsument. Dette vil også bli omtalt i den følgende gjennomgangen.

Kilder og utfordringer i utarbeiding av de nasjonale tallene som blir fordelt omtales ikke, om ikke spesielt relevant. For mer informasjon om dette henvises til Auno og Sørensen (2009).

### **Overnattings- og serveringstjenester**

Alle som overnatter på hotell, campingplasser og andre kommersielle overnattingssteder antas å være på reise utenfor sitt vanlige miljø og dermed turister. All produksjon av overnattingstjenester blir også dermed konsumert av turister. Overnattingsstedene kan stedfestes helt ned på forretningsadresse.

For å fordele på konsumentgrupper, benyttes Statistisk sentralbyrås overnattingsstatistikker som gir opplysninger om gjestedøgn etter gjestens nasjonalitet. For hotellene innhentes også opplysninger om losjiinntekter – som sammen med kapasitetsopplysninger og rombelegg muliggjør prisberegninger - og årsaken til overnattingen. Losjiinntekter, pris og formål kan ikke kobles med gjestens nasjonalitet. I tillegg til overnattingsstatistikkene er derfor reiseundersøkelsen og Transportøkonomisk institutts undersøkelser benyttet. Ingen av disse gir informasjon om destinasjonen til norske forretningsreisende. Denne gruppen er derfor beregnet residualt.

Ved en sammenlikning med resultater fra spørreundersøkelser blant turistene må forbruk på overnatting og servering ses sammen. Hoteller med videre produserer både overnattings- og serveringstjenester. Kunden betaler ofte for dette samlet, slik

at når man spør om hvor mye de har brukt, dekker det begge deler uten at vi får opplyst om det inkluderer en frokost eller all servering i løpet av oppholdet og prisen på dette. I nasjonalregnskapet skilles det mellom produksjon av overnattings tjenester og serveringstjenester. Dette gjøres ved hjelp av opplysninger om omsetning med forskjellige merverdiavgiftssatser og losjiovernattingsstatistikken.

Det er ellers en utfordring at standardene for næringsplassering av forskjellige overnattingsbedrifter ikke sammenfaller med turistenes oppfatning av hva slags overnattingssted de har vært på. Dette skyldes blant annet at det er en rekke former for eierskap innen overnatting slik at det som fremkommer som en del av et hotell, er en privateid feriebolig som leies ut via hotellet. Videre kan man leie en hytte fra en privatperson, og om dette gjøres i begrenset omfang vil det ikke bli fanget opp som markedsrettet produksjon. Det sistnevnte er dekket som form av beregnede bolig tjenester i gruppen andre varer og tjenester, men fordelingen etter region og konsument er usikker.

I spørreundersøkelser er det dessuten grenser for hvor mye detaljer som kan bes om og samtidig få høy nok statistisk utsagnskraft. I Transportøkonomisk institutt undersøkelser blir det derfor for eksempel ikke skilt mellom overnattinger på hytter som er eid, leid eller lånt i resultatene.

Produsentene av serveringstjenester kan som overnattingsenheten stedsfestes etter forretningsadresse, og man får dermed den totale produksjonen og anvendelsen etter region. Serveringstjenester har en rekke brukere, noe som er en utfordring i videre fordeling av anvendelsen. Her er det kun forbruksundersøkelser som kan være til hjelp i beregningen og fordelingen av turistkonsumet. For utenlandske turister og norske husholdninger er matrisen utarbeidet av Transportøkonomisk institutt samt Statistisk sentralbyrås reiseundersøkelse benyttet. For norske forretningsreisende er konsumet av serveringstjenester antatt å fordele seg likt som konsumet av overnattings tjenester.

Forbruket av overnattings- og serveringstjenester blant norske husholdninger er sammenliknet med opplysninger i forbruksundersøkelsen. Resultatene her forteller kun hvor konsumentene bor og ikke hvor de nevnte tjenester er innkjøpt. Videre omfatter det kantinetjenester, som det antas at kun benyttes i hverdagen og dermed ikke av turister. Dette tatt i betraktning, er det like fullt indikasjoner på at fordelingen har blitt god. En grunn til at forbruket etter bostedsregion sammenfaller med de brukte kildene, er at mange reiser innad i eget fylke eller til nabofylket.

### ***Transport***

Transport omfatter hovedsakelig passasjertransport tjenester. I tillegg omfatter det utleietjenester av biler, campingbiler med videre, reisebyrå- og turoperatørtjenester og utgifter til bruk av private fremkomstmidler på reisen. Det er en rekke næringer som leverer disse tjenestene og varene.

For passasjertransport i næringene utenriks sjøfart og luftfart brukes kildene nevnt under beregning av produksjonssiden. Begge deler er tjenester som antas å bli brukt i sin helhet av turister. Det begynner å bli mer utbredt å pendle med fly og det diskuteres derfor internasjonalt om disse skal tas ut av turistkonsumet. Med dagens kilder i Norge er ikke dette mulig. De blir derfor fordelt med de forretningsreisende her.

I fordelingen av turistkonsumet brukes i tillegg til tilgangstallene informasjon om priser og brukere fra Avinor, Transportøkonomisk institutt, rederiene og Statistisk sentralbyrå for å fordele turistkonsumet. Turistkonsumet blir lagt til det fylket man reiser fra med flyet eller båten.

For fordeling av passasjertransport med jernbane benyttes produksjonstallene og passasjertall etter type strekning som lokaltransport og intercitytog fra kollektivtransportstatistikken til å fordele mellom turistkonsum og annen anvendelse. Noen produsenter er antatt rettet mot turister som Flytoget og Flåmsbanen. Begge disse krysser fylkesgrenser, men i slike tilfeller er turistkonsumet plassert etter enhetens hjemsted.

For fylkesintern busstransport benyttes billettinntekter etter fylke fra kollektivtransportstatistikken i stedet for enhetens hjemsted.

For sporvei, tau- og kabelbaner benyttes produksjonen da disse er stedfaste og opererer på et lite geografisk område. Turbiltjenester stedfestes etter enhetens hjemsted da disse ofte benyttes til kortere turer lokalt eller til lengre turer som er vanskelig å knytte til noe bestemt sted.

Den endelige fordelingen av passasjertransport på bane og vei skjer ved hjelp av Transportøkonomisk institutts matriser, informasjon fra turoperatører og reiseundersøkelsen.

For passasjertransport med båt innenriks, drosjetjenester, leie av fremkomstmidler og utgifter til drivstoff, bompenger mv fordeles ved hjelp av Transportøkonomisk institutts matriser da turistkonsumet utgjør kun en liten andel av all anvendelse her.

#### ***Andre varer og tjenester***

Andre varer og tjenester inkluderer for eksempel aktiviteter, dagligvarer, klær, boligjenester og andre personlige tjenester. Noen av disse er knyttet direkte til turisme som passutstedelse, reisevaksinasjon, ferieboligtjenester og koffertene. Andre er sterkt knyttet til turisme som fornøylesparker og flere alpinanlegg. De aller fleste av varene og tjenestene er derimot ikke karakteristiske reiselivsprodukter og turistenes konsum utgjør en liten andel av all anvendelse. Turistkonsumet av disse produktene er derfor i sin helhet fordelt ved hjelp av Transportøkonomisk institutts matriser.

Noen av tjenestene kan som nevnt knyttes til turisme og i prinsippet stedfestes etter deres beliggenhet. I tallmaterialet ser vi derimot at forståelsen av hva en aktivitet er og hvor den passer inn i statistikkstandarder ikke samsvarer særlig godt. Dette kan skyldes for eksempel at en tur på Raumabanen og Flåmsbanen er jernbanetransport i nasjonalregnskapet, mens en tur med et museumstog er regnet som aktivitet. Likeledes er en tur med Skibladner definert som innenriks sjøfart. Et annet eksempel er festivaler og konserter arrangert av restauranter. Inngangspengene og forbruket ellers blir i disse tilfellene regnet som serveringstjenester da det er sjelden grunnlag for å opprette en separat enhet for denne aktiviteten etter de gjeldende statistikkstandardene. Likeledes er en elgsafari arrangert av et hotell definert som overnattingstjenester.

Om det er privatpersoner som arrangerer eller selger noe, fanges dette heller ikke opp i produksjonen og dermed ikke i turistkonsumet, da sistnevnte ikke kan overstige førstnevnte.

Datagrunnlaget har bedret seg med en rekke statistikker om kultursektoren, men det er langt igjen før dette området er godt dekket. Det er ikke mulig med dagens tallmateriale å si noe om hvor svakhetene ligger geografisk. Disse kildene kan derfor ikke brukes til å supplere Transportøkonomisk institutts matriser.

For fordelingen av ikke-karakteristiske produkter ble det forsøkt å bruke informasjon om omsetning i varehandel, forbruksundersøkelsen og informasjon om boligmasse, ferieboliger, hotellkapasitet, innbyggertetthet med videre i fordelingen. Mange av disse statistikkene kan brytes ned på små geografiske områder. Nyten

av dette var likevel begrenset da statistikkene basert på spørreundersøkelser ikke kunne brytes ned i tilstrekkelig grad.

### 2.3. Om datagrunnlaget

Det meste om datagrunnlaget er beskrevet i de foregående delene, men et par områder som berører resultatene gjenstår. Det første er generelle utfordringer med bruk av spørreundersøkelser. Det andre er at noen av tallene fra de fire grunnlagsregnskapene er reviderte som del av en pågående revisjon av nasjonalregnskapet. Dette omtales nedenfor.

#### Om spørreundersøkelser som datakilde

Til fordelingen av fylkesfordelte turistkonsumet har eksisterende og nye spørreundersøkelser blitt benyttet som kilder. Til tross for at de nye var laget med tanke på bruk i dette prosjektet og at de har betydd en stor forbedring i kildegrunnlaget, er det fremdeles utfordringer knyttet til dem. Noen er nevnt under relevante områder i denne rapporten. Andre er av mer generell karakter og disse vil beskrives kort her.

Undersøkelsene, og de andre kildene brukt, har forskjellige referanseperioder, formål, definisjoner og detaljgrad. På landsbasis eller for andre store grupper er de ganske robuste og samsvarer godt, men det viser seg vanskelig å bruke på lavere nivåer. I tillegg til de nevnte forskjellene er utvalgsstørrelsene en begrensning i fordelinger på lavere nivå. Av den grunn er Transportøkonomisk institutts matriser beregnet på regionsnivå til tross for at respondenten har blitt spurt om å oppgi fylkene de har vært i.

Som tidligere nevnt er det også grenser for hvor mange detaljer man kan spørre om. Dette skyldes at det er kostbart med store undersøkelser og det er vanskelig å få gode svar om intervjuet blir for tidkrevende og detaljert. Respondentens minne viser seg dessuten ikke å være tilstrekkelig for mange detaljspørsmål. Ikke vet de svarene alltid heller, som i hvilket fylke de har vært. Det synes best i transporttallene hvor utlendinger angivelig har vært lite i Vestfold, Akershus og Nord-Trøndelag til tross for at det er der Torp, Gardermoen og Værnes ligger, men i Oslo og Trondheim hvor det ikke er flyplasser med internasjonal passasjertrafikk. Eksakt stedfesting og fordeling på produkt er som konsekvens ikke mulig med det tilgjengelige datagrunnlaget. Man må derfor gruppere og fordele etter diverse kriterier.

En ekstra utfordring i dette prosjektet var den globale finanskrisen. Vanligvis er det små og få strukturelle endringer i turistkonsumet over 2-3 år, som kildematerialet brukt stammer fra. Med finanskrisen endret reisemønsteret seg. Det ble færre forretningsreisende og utenlandske turister, og de norske ferieturistene ferierte mer i eget land eller tok bilen til Sverige i stedet for å fly lenger vekk.

Et annet aspekt er at internasjonal turisme er et spesielt fenomen sammenliknet med annen import og eksport. Man kan for eksempel bestille og betale for en flyreise mellom Oslo og en by i Europa med et utenlandsk flyselskap som skal finne sted om et år fra sitt hjem i Norge. Denne tjenesten blir ikke importert til Norge som for eksempel en CD kjøpt via Internet og sendt hjem, og den blir heller ikke levert når den er betalt. Den er ikke kjøpt i Norge i betydningen kjøpt av en innenlandsk produsent. Den blir derimot brukt på reise i utlandet året etter og skal da inngå i import av reisetrafikk. Før Internet og allmenne internasjonale betalings-systemer var det lettere å avgrense hva som ble kjøpt hvor av hvem ved å spørre om forhåndsbetalte utgifter, men i dagens situasjon, hvor man må spørre forbrukerne om deres utgifter, kan det ikke forventes at de kan gi presise svar.

## Reviderte nasjonalregnskaptall

Grunnlaget for det fylkesfordelte satellittregnskapet for turisme er nasjonalregnskapet, utenriksregnskapet, satellittregnskapet for turisme og fylkesfordelt nasjonalregnskap for 2007.

Siden de ble publisert har Statistisk sentralbyrå arbeidet med en revisjon av nasjonalregnskapet og utenriksregnskapet. Resultatene vil bli publisert mot slutten av 2011.

I denne prosessen har det blitt avdekket noen svakheter takket være forbedrede kilder og noen prinsipper er endret. Endringene som er av størst betydning er allerede innarbeidet i fordelingen av turistkonsumet.

Utlendingenes turistkonsum og norske næringers turistkonsum er ikke endret totalt sett, men fordelingen på produkter er noe revidert. Dette gjelder især internasjonale transporttjenester. For de utenlandske turistene er endringen hovedsakelig mellom transportformer, mens for de forretningsreisende er turistkonsumet av transporttjenester revidert ned og overnattings- og serveringstjenester opp. Noe av reduksjonen av konsumet av transporttjenester blir også justert med innføringen av konsum av reisebyråttjenester. En nærmere forklaring av dette følger nedenfor.

For norske husholdningers turistkonsum er det også endringer i turistkonsumet av især internasjonale transporttjenester og reisebyråttjenester som medfører en økning i deres konsum på 2-3 milliarder kroner.

At reisebyråttjenester skal skilles ut og legges til konsumet av de respektive tjenester formidlet, har vært et prinsipp som har eksistert i lengre tid i internasjonale retningslinjer. Videre skulle deres tjenester legges til turistkonsumet uavhengig av type anvendelse. Det er flere grunner til at dette ikke har vært fulgt.

I Norge – og internasjonalt – var det utbredt praksis at det var enhetene som hadde tjenester som ble formidlet, som flybilletter, som betalte reisebyråene for den tjenesten reisebyråene leverte. Dette ble da regnet som produktinnsats for hotellene, turoperatørene, flyselskapene med videre som brukte reisebyråene som distribusjonskanal. Det var dermed ikke del av konsumet.

Statistisk sentralbyrå valgte å bryte med prinsippet om å inkludere denne anvendelsen i turistkonsumet for å sikre konsistens med resten av nasjonalregnskapet. Konsistensen ville ha bli brutt på områder som for eksempel hotelltjenester. Om et reisebyrå formidlet hotelltjenester i Spania, måtte disse oppføres som importert i nasjonalregnskapet og utenriksregnskapet. Dette var verken mulig da vi ikke hadde informasjon om hvordan inntektene til reisebyråene fordelte seg i så detaljert grad, eller ønskelig av ressurs hensyn.

Nå er det utbredt at det er den reisende som betaler reisebyråene for å bestille billetter og utføre reservasjoner for dem. Det blir da konsum fra husholdninger og produktinnsats fra norske næringer i forbindelse med forretningsreiser, og begge deler er turistkonsum.

Videre har vi noe mer informasjon om tjenestene formidlet fra utenrikshandelstatistikken, strukturstatistikken for reisebyråer og næringen selv.

Det er derfor nå både mulig og ønskelig å følge de internasjonale prinsippene vedrørende reisebyråttjenester. Dette utgjør vel 2 milliarder av samlet turistkonsum i Norge.

## Referanser

- Auno, Anne Mari og Sørensen, Knut Ø. (2009): *Norsk reiselivs økonomiske rolle*, Rapporter 2009/32, Statistisk sentralbyrå.  
([http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp\\_200932/](http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp_200932/)).
- Avinor (løpende), [www.avinor.no/avinor/trafikk/10\\_Trafikkstatistikk](http://www.avinor.no/avinor/trafikk/10_Trafikkstatistikk).
- Bloch, Vilni Verner Holst og Steinnes, Margrete (2003): *Fritidshusområder 2002*, Rapporter 2003/1, Statistisk sentralbyrå  
([http://www.ssb.no/emner/01/01/20/rapp\\_200301/](http://www.ssb.no/emner/01/01/20/rapp_200301/)).
- Brændvang, Ann-Kristin og Sørensen, Knut Ø. (2002): *Fylkesfordelt satellittregnskap for turisme*, Rapporter 2002/9, Statistisk sentralbyrå  
([http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp\\_200209/](http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp_200209/)).
- Chen, Xiaoming (2009): *Nytt teknisk beregningssystem for fylkesfordelt nasjonalregnskap*, Notater 2009/17, Statistisk sentralbyrå  
([http://www.ssb.no/emner/09/90/notat\\_200917/](http://www.ssb.no/emner/09/90/notat_200917/)).
- Denstadli, Jon Martin, Gripsrud, Mattias og Rideng, Arne (2008): *Reisevaner på fly 2007*, rapport 974/2008, Transportøkonomisk institutt.
- Denstadli, Jon Martin og Rideng, Arne (2010): *Reisevaner på fly 2009*, rapport 1073/2010, Transportøkonomisk institutt.
- Eurostat (2008): *Statistical Classification of Products by Activity in the European Economic Community, 2008 version*, Luxemburg.
- Eurostat, OECD, FN, IMF og Verdensbanken (1993): *System of National Accounts 1993*, Brüssel/Luxemburg, Paris, New York, Washington D.C.
- Eurostat, OECD, FN og UNWTO (2010): *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008)*, Luxembourg, Paris, New York, Madrid.
- Evensen, Trude Nygård og Sørensen, Knut Ø. (1997): *Turismens økonomiske betydning for Norge. Belyst ved nasjonalregnskapets satellittregnskap for turisme*, Rapporter 97/22, Statistisk sentralbyrå  
([http://www.ssb.no/histstat/rapp/rapp\\_199722.pdf](http://www.ssb.no/histstat/rapp/rapp_199722.pdf)).
- Evensen, Trude Nygård (1999): *Turismens betydning for norsk økonomi. Satellittregnskap for turisme 1988-1995*, Rapporter 99/21, Statistisk sentralbyrå  
([http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp\\_9921/](http://www.ssb.no/emner/09/01/rapp_9921/)).
- Farstad, Eivind og Dybedal, Petter (2010): *Nasjonal ferie- og forbruksundersøkelse sommeren 2008 TOURIMPACT rapport nr 1*, rapport 1092/2010, Transportøkonomisk institutt.
- Farstad, Eivind og Dybedal, Petter (2011): *Nasjonal ferie- og forbruksundersøkelse vinteren 2009 TOURIMPACT rapport nr 2*, rapport 1119/2010, Transportøkonomisk institutt.
- Farstad, Eivind og Dybedal, Petter (2011): *Nasjonal fritidsbolig- og forbruksundersøkelse høsten 2008 TOURIMPACT rapport nr 4*, rapport 1155/2011, Transportøkonomisk institutt.
- Farstad, Eivind og Rideng, Arne (2008): *Utenlandske turister forbruk i Norge 2007*, rapport 941/2008, Transportøkonomisk institutt.

Forente Nasjoner (2010): *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, New York.

International Monetary Fund (2009): *Balance of Payments and International Investment Position Manual Sixth Edition (BPM6)*, Washington D.C.

Rideng, Arne og Grue, Berit (2008): *Gjesteundersøkelsen 2008*, rapport 995/2008, Transportøkonomisk institutt.

Statistisk sentralbyrå (1999): *Det europeiske nasjonalregnskapssystem ENS 1995*, Norges offisielle statistikk C522, Oslo-Kongsvinger ([http://www.ssb.no/histstat/nos/nos\\_c522.pdf](http://www.ssb.no/histstat/nos/nos_c522.pdf)).

Statistisk sentralbyrå (2002): Standard for næringsgruppering (*kun publisert som database på [www.ssb.no/nace](http://www.ssb.no/nace)*).

Statistisk sentralbyrå (2007): *Standard for næringsgruppering*, Norges offisielle statistikk D383, Oslo-Kongsvinger ([http://www.ssb.no/emner/10/01/nos\\_sn/](http://www.ssb.no/emner/10/01/nos_sn/)).

Statistisk sentralbyrå, diverse statistikker som er publisert på følgende nettsteder løpende:

Arealstatistikk: [www.ssb.no/emner/01/01/areal/](http://www.ssb.no/emner/01/01/areal/)

Befolkningsstatistikk: [www.ssb.no/emner/02/01/10/](http://www.ssb.no/emner/02/01/10/)

Bygningsmassestatistikk: [www.ssb.no/emner/10/09/bygningsmasse/](http://www.ssb.no/emner/10/09/bygningsmasse/)

Flystatistikk: [www.ssb.no/emner/10/12/50/flytrafikk/](http://www.ssb.no/emner/10/12/50/flytrafikk/) og

[www.ssb.no/emner/08/02/20/tpitralag/](http://www.ssb.no/emner/08/02/20/tpitralag/)

Forbruksundersøkelsen: [www.ssb.no/fbu](http://www.ssb.no/fbu)

Fylkesfordelt nasjonalregnskap: [www.ssb.no/fnr](http://www.ssb.no/fnr)

Havnestatistikk: [www.ssb.no/emner/10/12/60/havn/](http://www.ssb.no/emner/10/12/60/havn/)

Hytteformidlerstatistikk: [www.ssb.no/emner/10/11/hytteform/](http://www.ssb.no/emner/10/11/hytteform/)

Kollektivtransportstatistikk: [www.ssb.no/emner/10/12/kolltrans/](http://www.ssb.no/emner/10/12/kolltrans/)

Kulturstatistikk: [www.ssb.no/emner/07/media/](http://www.ssb.no/emner/07/media/)

Levekårsstatistikk: [www.ssb.no/emner/00/02/levstat/](http://www.ssb.no/emner/00/02/levstat/)

Nasjonalregnskap: [www.ssb.no/nasjregn/](http://www.ssb.no/nasjregn/)

Overnattingsstatistikk: [www.ssb.no/emner/10/11/overnatting/](http://www.ssb.no/emner/10/11/overnatting/)

Reiseundersøkelsen: [www.ssb.no/emner/00/02/20/reise/](http://www.ssb.no/emner/00/02/20/reise/)

Satellittregnskap for turisme: [www.ssb.no/emner/09/01/turismesat/](http://www.ssb.no/emner/09/01/turismesat/)

Strukturstatistikker: [www.ssb.no/emner/10/01/stover/](http://www.ssb.no/emner/10/01/stover/)

Utenriksregnskap: [www.ssb.no/ur](http://www.ssb.no/ur)

Varehandel omsetningsstatistikk: [www.ssb.no/emner/10/10/vroms/](http://www.ssb.no/emner/10/10/vroms/)

## Vedlegg A: Reiselivsprodukter og -næringer

Oversikten over reiselivsprodukter og reiselivsnæringer er i henhold til retningslinjene gitt i 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework.

**Tabell A1.1. Næringer klassifisert som reiselivsnæringer i satellittregnskapet for turisme**

Næringsspesifikasjon	Næringskode i SN2002 <sup>1</sup>
Hotellvirksomhet og annen overnatting .....	55.1 + 55.2
Restaurant-, kantine- og cateringvirksomhet .....	55.3 + 55.4 + 55.5
Transport med jernbane .....	60.1
Transport med rutebil .....	60.211
Sporvei og forstadsbaner .....	60.212 + 60.213
Drosjebiltransport .....	60.22
Utenriks sjøfart, passasjertransport .....	Del av 61.101 61.103 + 61.104 +
Innenriks sjøfart .....	61.109 + 61.2
Lufttransport .....	62
Reisebyråvirksomhet mv .....	63.3
Utleie av transportmidler .....	71.1 + 71.2
Kino og annen underholdning, nyhetsbyråer og kulturell tjenesteyting .....	92.1 + 92.3 + 92.4 + 92.5
Sport og annen fritidsvirksomhet .....	92.6 + 92.72

<sup>1</sup> Standard for næringsgruppering 2002.

**Tabell A1.2. Produkter klassifisert som reiselivsprodukter i satellittregnskapet for turisme**

Produktkode	Produktspesifikasjon
551000	Hotelltjenester
552001	Campingtjenester
552002	Overnatting ellers
553000	Servering av mat
554000	Servering ved skjenkesteder
601010	Jernbanereiser fjernttransport
602110	Jernbanereiser lokaltransport
602123	Busstransport tettbygd strøk
602124	Sporveistransport og T-bane
602130	Busstransport mellomby
602210	Drosje og bilutleie med sjåfør
602310	Turbilkjøring
611011	Innenriks sjøfart, lokaltransport passasjerer
611012	Innenriks sjøfart, fjernttransport passasjerer
611014	Utenriks sjøfart, passasjertransport og bilferging
611028	Bilferging (innenriks)
621010	Flyreiser, rutegående
622012	Passasjertransport, ikke-rutegående ellers
633011	Turoperatørtjenester
633012	Reisebyråtjenester
711010	Utleie av personbiler
923300	Fornøyelsesparker, sirkus m.v.
925000	Bibliotek og museumstjenester
925260	Museumstjenester, statlig konsum
925270	Museumstjenester, statlige gebyrer
925280	Museumstjenester, kommunalt konsum
925290	Museumstjenester, kommunale gebyrer
926001	Sport og idrett, turistrelatert



## Vedlegg B: Vedleggstabeller

**Tabell B1. Fylkesfordelt samlet turistkonsum i Norge<sup>1 2</sup>, etter produkt. 2007. Millioner kroner**

	Overnattings- og serveringstjenester	Transport <sup>3</sup>	Andre varer og tjenester <sup>4</sup>	I alt
<b>Hele landet</b> .....	<b>27 372</b>	<b>50 874</b>	<b>33 368</b>	<b>111 614</b>
Østfold .....	644	544	1 151	2 339
Akershus .....	1 947	13 104	1 578	16 629
Oslo .....	4 307	8 002	1 948	14 257
Hedmark .....	872	665	1 921	3 458
Oppland .....	2 013	1 170	3 169	6 352
Buskerud .....	1 859	1 314	2 867	6 040
Vestfold .....	962	2 607	1 551	5 120
Telemark .....	904	741	1 745	3 390
Aust-Agder .....	511	445	1 202	2 158
Vest-Agder .....	930	1 928	1 319	4 177
Rogaland .....	2 162	4 128	1 683	7 973
Hordaland .....	2 973	5 147	3 119	11 239
Sogn og Fjordane .....	1 065	942	1 496	3 503
Møre og Romsdal .....	1 236	1 758	1 818	4 812
Sør-Trøndelag .....	1 535	1 294	1 886	4 715
Nord-Trøndelag .....	573	2 310	940	3 823
Nordland .....	1 343	2 400	2 122	5 865
Troms Romsa .....	981	1 499	1 094	3 574
Finnmark Finnmarku .....	555	876	759	2 190

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

<sup>2</sup> Turismekonsumet er fordelt kun for regionene i Fastlands-Norge av konfidensialitetsgrunner.

<sup>3</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler, reisebyråvirksomhet, drivstoff mv.

<sup>4</sup> Dagligvarer, klær, aktiviteter, leie av feriebolig mv.

**Tabell B2. Norske husholdningers turistkonsum i Norge<sup>1 2</sup>, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner**

	Overnattings- og serveringstjenester	Transport <sup>3</sup>	Andre varer og tjenester <sup>4</sup>	I alt
<b>Hele landet</b> .....	<b>9 639</b>	<b>26 946</b>	<b>22 387</b>	<b>58 972</b>
Østfold .....	324	384	954	1 662
Akershus .....	642	6 144	1 090	7 876
Oslo .....	897	4 492	594	5 983
Hedmark .....	359	410	1 403	2 172
Oppland .....	812	744	2 255	3 811
Buskerud .....	694	822	2 020	3 536
Vestfold .....	521	1 552	1 330	3 403
Telemark .....	387	436	1 299	2 122
Aust-Agder .....	261	301	931	1 493
Vest-Agder .....	365	986	951	2 302
Rogaland .....	624	2 112	1 018	3 754
Hordaland .....	1 060	2 744	1 926	5 730
Sogn og Fjordane .....	453	482	861	1 796
Møre og Romsdal .....	383	985	1 110	2 478
Sør-Trøndelag .....	589	866	1 376	2 831
Nord-Trøndelag .....	251	1 291	716	2 258
Nordland .....	515	974	1 399	2 888
Troms Romsa .....	315	793	710	1 818
Finnmark Finnmarku .....	187	428	444	1 059

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

<sup>2</sup> Turismekonsumet er fordelt kun for regionene i Fastlands-Norge av konfidensialitetsgrunner.

<sup>3</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler, reisebyråvirksomhet, drivstoff mv.

<sup>4</sup> Dagligvarer, klær, aktiviteter, leie av feriebolig mv.

**Tabell B3. Norske næringers utgifter til forretningsreiser i Norge<sup>1 2</sup>, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner**

	Overnattings- og serveringstjenester	Transport <sup>3</sup>	Andre varer og tjenester <sup>4</sup>	I alt
<b>Hele landet</b> .....	<b>8 558</b>	<b>13 308</b>	-	<b>21 866</b>
Østfold .....	207	73	-	280
Akershus .....	864	3 772	-	4 636
Oslo .....	1 521	2 112	-	3 633
Hedmark .....	198	62	-	260
Oppland .....	320	79	-	399
Buskerud .....	358	137	-	495
Vestfold .....	298	659	-	957
Telemark .....	196	100	-	296
Aust-Agder .....	81	44	-	125
Vest-Agder .....	302	499	-	801
Rogaland .....	1 013	1 278	-	2 291
Hordaland .....	782	1 430	-	2 212
Sogn og Fjordane .....	123	103	-	226
Møre og Romsdal .....	388	479	-	867
Sør-Trøndelag .....	659	207	-	866
Nord-Trøndelag .....	235	853	-	1 088
Nordland .....	434	689	-	1 123
Troms Romsa .....	432	472	-	904
Finnmark Finnmarku .....	147	260	-	407

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

<sup>2</sup> Turismekonsumet er fordelt kun for regionene i Fastlands-Norge av konfidensialitetsgrunner.

<sup>3</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler, reisebyråvirksomhet, drivstoff mv.

<sup>4</sup> Dagligvarer, klær, aktiviteter, leie av feriebolig mv.

**Tabell B4. Utlendingenes turistkonsum i Norge<sup>1 2</sup>, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner**

	Overnattings- og serveringstjenester	Transport <sup>3</sup>	Andre varer og tjenester <sup>4</sup>	I alt
<b>Hele landet</b> .....	<b>9 175</b>	<b>10 620</b>	<b>10 981</b>	<b>30 776</b>
Østfold .....	113	87	197	397
Akershus .....	441	3 188	488	4 117
Oslo .....	1 889	1 398	1 354	4 641
Hedmark .....	315	193	518	1 026
Oppland .....	881	347	914	2 142
Buskerud .....	807	355	847	2 009
Vestfold .....	143	396	221	760
Telemark .....	321	205	446	972
Aust-Agder .....	169	100	271	540
Vest-Agder .....	263	443	368	1 074
Rogaland .....	525	738	665	1 928
Hordaland .....	1 131	973	1 193	3 297
Sogn og Fjordane .....	489	357	635	1 481
Møre og Romsdal .....	465	294	708	1 467
Sør-Trøndelag .....	287	221	510	1 018
Nord-Trøndelag .....	87	166	224	477
Nordland .....	394	737	723	1 854
Troms Romsa .....	234	234	384	852
Finnmark Finnmarku .....	221	188	315	724

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

<sup>2</sup> Turismekonsumet er fordelt kun for regionene i Fastlands-Norge av konfidensialitetsgrunner.

<sup>3</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler, reisebyråvirksomhet, drivstoff mv.

<sup>4</sup> Dagligvarer, klær, aktiviteter, leie av feriebolig mv.

**Tabell B5. Fylkesfordelt samlet turistkonsum i Norge<sup>1 2</sup>, etter konsumentgruppe. 2007. Millioner kroner**

	Norske husholdninger	Norske næringer	Utlendinger	I alt
<b>Hele landet</b> .....	<b>58 972</b>	<b>21 866</b>	<b>30 776</b>	<b>111 614</b>
Østfold .....	1 662	280	397	2 339
Akershus .....	7 876	4 636	4 117	16 629
Oslo .....	5 983	3 633	4 641	14 257
Hedmark .....	2 172	260	1 026	3 458
Oppland .....	3 811	399	2 142	6 352
Buskerud .....	3 536	495	2 009	6 040
Vestfold .....	3 403	957	760	5 120
Telemark .....	2 122	296	972	3 390
Aust-Agder .....	1 493	125	540	2 158
Vest-Agder .....	2 302	801	1 074	4 177
Rogaland .....	3 754	2 291	1 928	7 973
Hordaland .....	5 730	2 212	3 297	11 239
Sogn og Fjordane .....	1 796	226	1 481	3 503
Møre og Romsdal .....	2 478	867	1 467	4 812
Sør-Trøndelag .....	2 831	866	1 018	4 715
Nord-Trøndelag .....	2 258	1 088	477	3 823
Nordland .....	2 888	1 123	1 854	5 865
Troms Romsa .....	1 818	904	852	3 574
Finnmark Finnmarku .....	1 059	407	724	2 190

<sup>1</sup> Nettoføring av turoperatørtjenester.

<sup>2</sup> Turismekonsumet er fordelt kun for regionene i Fastlands-Norge av konfidensialitetsgrunner.

**Tabell B6. Fylkesfordelt produksjon i reiselivsnæringene. Basisverdi. 2007. Millioner kroner**

	Hotell og restaurantvirksomhet	Transport <sup>1</sup>	Kultur og underholdning <sup>2</sup>	Reiselivsnæringene i alt <sup>3</sup>	Reiselivsnæringens andel av produksjon i alt. Prosent
<b>Hele landet</b> <sup>3</sup> .....	<b>57 771</b>	<b>85 199</b>	<b>26 766</b>	<b>169 736</b>	<b>4,4</b>
Østfold .....	1 627	1 633	992	4 252	3,1
Akershus .....	5 419	18 705	2 333	26 458	7,9
Oslo .....	12 901	17 832	9 038	39 771	5,5
Hedmark .....	1 448	1 086	716	3 250	3,6
Oppland .....	2 528	984	769	4 281	5,1
Buskerud .....	3 069	2 132	864	6 064	4,3
Vestfold .....	1 811	1 897	874	4 582	3,3
Telemark .....	1 607	1 292	664	3 563	3,6
Aust-Agder .....	913	961	365	2 239	4,3
Vest-Agder .....	1 741	1 858	818	4 417	3,3
Rogaland .....	6 131	8 030	2 074	16 235	5,1
Hordaland .....	5 453	9 328	2 379	17 160	4,7
Sogn og Fjordane .....	1 169	1 674	316	3 159	4,7
Møre og Romsdal .....	2 218	3 309	648	6 175	3,5
Sør-Trøndelag .....	3 503	2 432	1 589	7 523	4,5
Nord-Trøndelag .....	1 015	2 686	410	4 111	6,8
Nordland .....	2 256	4 326	1 040	7 622	6,1
Troms Romsa .....	1 758	3 363	489	5 611	7,6
Finnmark Finnmarku .....	1 018	1 148	381	2 547	7,7
Kontinentalsokkelen mv. ....	187	525	7	718	0,1

<sup>1</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler og reisebyråvirksomhet mv.

<sup>2</sup> Fornøyelsesparker, sirkus, museumstjenester mv. samt turistrelatert virksomhet innen sport og idrett.

<sup>3</sup> De enkelte tallene summer seg ikke alltid opp til delsummene og totalsummen på grunn av avrundinger.

**Tabell B7. Fylkesfordelt sysselsetting i reiselivsnæringene. 2007. Antall personer i 1 000**

	Hotell og restaurantvirksomhet	Transport <sup>1</sup>	Kultur og underholdning <sup>2</sup>	Reiselivsnæringene i alt <sup>3</sup>	Reiselivsnæringens andel av produksjon i alt. Prosent
<b>Hele landet <sup>3</sup></b> .....	<b>78,8</b>	<b>56,5</b>	<b>30,1</b>	<b>165,5</b>	<b>6,5</b>
Østfold .....	3,0	1,4	1,2	5,6	4,7
Akershus .....	6,7	8,1	2,4	17,1	7,1
Oslo .....	15,8	10,8	8,6	35,1	7,4
Hedmark .....	2,2	1,0	0,9	4,1	4,9
Oppland .....	3,7	1,1	1,0	5,7	6,8
Buskerud .....	4,6	1,9	1,1	7,7	6,4
Vestfold .....	3,0	1,3	1,0	5,3	5,1
Telemark .....	2,4	1,1	0,9	4,4	5,8
Aust-Agder .....	1,6	1,0	0,5	3,1	6,2
Vest-Agder .....	2,6	1,5	1,0	5,1	6,1
Rogaland .....	7,9	4,2	2,5	14,6	6,3
Hordaland .....	7,3	6,8	3,0	17,0	6,9
Sogn og Fjordane .....	1,6	1,7	0,5	3,8	6,9
Møre og Romsdal .....	3,0	2,8	0,8	6,6	5,3
Sør-Trøndelag .....	4,8	2,9	1,9	9,5	6,5
Nord-Trøndelag .....	1,6	1,6	0,5	3,7	6,3
Nordland .....	3,2	4,6	1,3	9,1	8,3
Troms Romsa .....	2,5	1,9	0,6	5,0	6,5
Finnmark Finnmarku .....	1,3	0,8	0,5	2,6	7,3
Kontinentalsokkelen mv. ....	0,2	0	0,0	0,4	2,0

<sup>1</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler og reisebyråvirksomhet mv.

<sup>2</sup> Fornøyelsesparker, sirkus, museumstjenester mv. samt turistrelatert virksomhet innen sport og idrett.

<sup>3</sup> De enkelte tallene summer seg ikke alltid opp til delsummene og totalsummen på grunn av avrunding.

**Tabell B8. Fylkesfordelt bruttoprodukt i reiselivsnæringene. Basisverdi. 2007. Millioner kroner**

	Hotell og restaurantvirksomhet	Transport <sup>1</sup>	Kultur og underholdning <sup>2</sup>	Reiselivsnæringene i alt <sup>3</sup>	Reiselivsnæringens andel av produksjon i alt. Prosent
<b>Hele landet <sup>3</sup></b> .....	<b>30 725</b>	<b>30 549</b>	<b>14 457</b>	<b>75 731</b>	<b>3,8</b>
Østfold .....	836	771	591	2 198	3,4
Akershus .....	2 876	5 804	1 402	10 082	6,8
Oslo .....	6 830	7 012	4 228	18 070	5,3
Hedmark .....	726	470	411	1 607	3,6
Oppland .....	1 248	437	429	2 115	4,8
Buskerud .....	1 557	1 064	493	3 115	4,6
Vestfold .....	936	714	520	2 170	3,9
Telemark .....	830	561	395	1 785	3,9
Aust-Agder .....	462	387	214	1 063	4,2
Vest-Agder .....	931	754	433	2 118	4,2
Rogaland .....	3 633	3 019	1 233	7 885	5,4
Hordaland .....	2 936	2 995	1 359	7 290	4,7
Sogn og Fjordane .....	628	598	179	1 405	4,9
Møre og Romsdal .....	1 110	1 344	376	2 831	3,8
Sør-Trøndelag .....	1 891	1 127	909	3 927	4,7
Nord-Trøndelag .....	551	801	244	1 596	5,6
Nordland .....	1 177	1 347	552	3 077	5,2
Troms Romsa .....	938	880	273	2 090	5,5
Finnmark Finnmarku .....	526	313	213	1 052	6,0
Kontinentalsokkelen mv. ....	103	150	5	258	0,1

<sup>1</sup> Persontransporttjenester, utleie av transportmidler og reisebyråvirksomhet mv.

<sup>2</sup> Fornøyelsesparker, sirkus, museumstjenester mv. samt turistrelatert virksomhet innen sport og idrett.

<sup>3</sup> De enkelte tallene summer seg ikke alltid opp til delsummene og totalsummen på grunn av avrunding.

## Figurregister

1.1. Turistkonsum etter fylke. 2007. Millioner kroner .....	7
1.2. Turistkonsum etter fylke. 2007. Andel .....	8
1.3. Turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke. 2007. Prosent.....	8
1.4. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke. 2007. Millioner kroner .....	9
1.5. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke. 2007. Andel .....	10
1.6. Turistkonsum etter produkt og fylke. 2007. Millioner kroner .....	11
1.7. Nordmenns andel av turistkonsum etter produkt og fylke. 2007. Andel.....	12
1.8. Turistkonsum etter produkt og fylke. 2007. Andel .....	13
1.9. Konsum av overnattings-, serverings- og transporttjenester og –varer (i kjøpverdi) og produksjon i hotell-, restaurant- og transportnæringene (i basisverdi). 2007. Millioner kroner.....	14
1.10. Produksjon i reiselivsnæringene etter fylke og næring. 2007. Millioner kroner.....	14
1.11. Produksjon i reiselivsnæringene av all produksjon. 2007. Prosent.....	15
1.12. Andel sysselsatte personer i reiselivsnæringene. 2007. Prosent .....	16
2.1. Turistkonsum etter konsumentgrupper .....	21
2.2. Modell over fordelingsmetoder av turistkonsum .....	25

## Tabellregister

1.1. Nordmenns turistkonsum etter konsumentgruppe og fylke. 2007. Indeks .....	10
1.2. Reiselivsnæringenes bruttoprodukt og deres andel av fylkets totale bruttoprodukt. 2007 .....	16

### Vedlegg

A1.1. Næringer klassifisert som reiselivsnæringer i satellittregnskapet for turisme .....	32
A1.2. Produkter klassifisert som reiselivsprodukter i satellittregnskapet for turisme .....	32
B1. Fylkesfordelt samlet turistkonsum i Norge, etter produkt. 2007. Millioner kroner .....	33
B2. Norske husholdningers turistkonsum i Norge, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner .....	33
B3. Norske næringers utgifter til forretningsreiser i Norge, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner .....	34
B4. Utlendingenes turistkonsum i Norge, etter produkt, fylkesfordelt. 2007. Millioner kroner .....	34
B5. Fylkesfordelt samlet turistkonsum i Norge, etter konsumentgruppe. 2007. Millioner kroner .....	35
B6. Fylkesfordelt produksjon i reiselivsnæringene. Basisverdi. 2007. Millioner kroner .....	35
B7. Fylkesfordelt sysselsetting i reiselivsnæringene. 2007. Antall personer i 1 000 .....	36
B8. Fylkesfordelt bruttoprodukt i reiselivsnæringene. Basisverdi. 2007. Millioner kroner ..	36