



DESTINASJONSANALYSE FINNMARK

Forord

Menon har utarbeidet ni destinasjonsanalyser for ulike regioner i Norge, hvorav destinasjonsanalysen av Finnmark er én av dem. I tillegg har det blitt utarbeidet minianalyser som viser nøkkeltall for reiselivet i tre reiselivsregioner i Finnmark; Vest-Finnmark, Indre Finnmark og Varanger/Nordkyn. Arbeidet med destinasjonsanalysen og de tre minianalysene er finansiert av NHO Reiseliv og NHO Reiseliv Regionforening Nord-Norge. Formålet med oppdraget er å lage et kunnskapsgrunnlag om reiselivets utvikling og struktur i regionen, samt å belyse reiselivets økonomiske verdi.

Prosjektet har vært ledet av Live Nerdrum og Glenn Widenhofer, med Henrik Foseid, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erlend Lund som prosjektmedarbeidere. Erik Jakobsen har vært ansvarlig partner og kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivningsselskap i skjæringspunktet mellom samfunnsøkonomi og strategi. Vi tilbyr analyse- og rådgivningstjenester til bedrifter, organisasjoner, kommuner, fylker og departementer. Vårt hovedfokus ligger på empiriske analyser av økonomisk politikk, og våre medarbeidere har økonomisk kompetanse på et høyt vitenskapelig nivå.

Vi takker for et spennende oppdrag. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

November 2024

Live Nerdrum
Senior Analyst
Menon Economics

Glenn Widenhofer
Senior Economist
Menon Economics

Erik Jakobsen
Partner og styreleder
Menon Economics

I denne analysen kartlegges reiselivet i Finnmark fra to perspektiver. Vi kartlegger først **markedsperspektivet**, hvor man identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Finnmark, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et **næringsperspektiv**, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

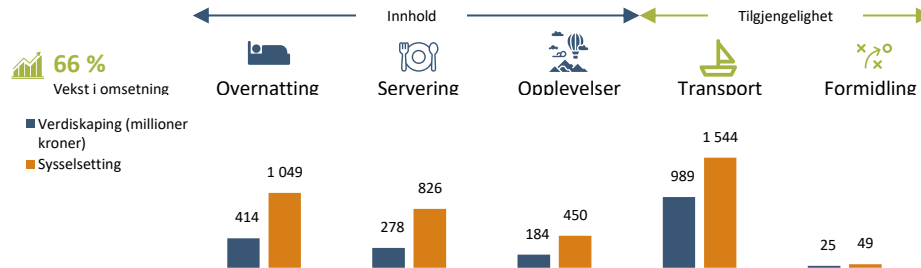
Markedsperspektivet (2023)

1,5 millioner gjestedøgn i regionen.... som legger grunnlag for



Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringsens fem bransjer og deres økonomiske betydning



Finnmarks særpreg, muligheter og utfordringer

Særpreg

- Rikt fugl-, fiske- og sjøliv
- Stor andel utenlandske tilreisende
- Unike vinteraktiviteter som snøscooter og hundekjøring
- Reiselivet er preget av den samiske kulturen med reinsledeturer og andre unike utflukter

Muligheter

- Større reiselivsaktivitet gjennom samarbeid med nord-Sverige og nord-Finland
- Potensial for reiseliv knyttet til Finnmarks egenart, for eksempel havfisketurisme, reindrift og samisk kultur

Utfordringer

- En relativt liten opplevelses- og serveringsbransje
- Rekrutteringsutfordringer i innholdsbransjene
- Færre kollektiv- og transportløsninger gjør det vanskeligere å planlegge turer rundt i regionen

Innhold

Reiselivet i Finnmark

Markedsperspektivet – tilreisende i Finnmark

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Finnmark

Minianalyser Finnmark

Vedlegg

Norges nordligste fylke byr på arktiske naturopplevelser

Finmark¹ er Norges nordligste fylke, og grenser til Troms i vest, Finland i sør og Russland i øst. Fra 1. januar 2024 ble Troms og Finnmark fylke oppløst etter å ha vært sammenslått i fire år.

Som reiselivsdestinasjon tilbyr Finnmark et variert arktisk naturlandskap med naturbaserte opplevelser året rundt. I sommerhalvåret er det særlig midnattssolen som trekker turister til regionen, mens det i vinterhalvåret er nordlyset. Den lange kystlinjen er kjent for et rikt fugleliv, fjordsightseeing, hvalsafari og gode forhold for havfisketurisme. Nordkapp er ofte beskrevet som Europas nordligste punkt, og er et populært turistmål. Finnmark byr på blant annet isbreer, skumuligheter, sykkelturner, toppvandring, klatreturer, kongekrabbesafari, fuglekikking og hundekjøring. Regionen kan også by på kulturelle opplevelser som lokal mat, festivaler, historiske steder og museer. Blant annet er Sorrisniva Igloo Hotel og Snowhotel Kirkenes unike turistopplevelser. Finnmarksløpet er et tradisjonsrikt løp som trekker turister til regionen.

E6 går gjennom regionen og knytter den til Sør-Norge. Hurtigruten og Havila har flere stopp langs kystlinjen, helt frem til Kirkenes. Det er elleve flyplasser i Finnmark, hvorav åtte kortbaneflyplasser, som er høyt sett i sammenheng med antall innbyggere. I tillegg til Alta som er den største flyplassen har også Kirkenes og Lakselv direkteflygninger til Oslo.

Kart som illustrerer kommunene i Finnmark (i mørkeblått). Kilde: Menon Economics



Særpreg, muligheter og utfordringer for reiselivet i Finnmark

Særpreg

- Regionen har et unikt tilbud av naturbaserte opplevelser med fjell, fjord, vidde og dyreliv.
- Finnmark tilbyr aktiviteter som hundekjøring, snøscooter og isfiske som skiller regionen ut som en særegen vinterdestinasjon med unike opplevelser.
- Reiselivet er preget av den samiske kulturen.
- Lokale råvarer fra havet og naturen.
- Finnmark er fylket i Norge med nest størst andel utenlandske tilreisende, og 41 prosent av alle overnattinger er utenlandsturister.
- Det er elleve flyplasser i regionen, hvorav åtte er en del av kortbanenettet, som er høyt sett i sammenheng med antall innbyggere.

Muligheter

- Reiseliv kan spille en nøkkelrolle for å opprettholde levende bygder i Finnmark, både ved å skape lønnsomme arbeidsplasser og ved å bidra til et bredere tjenestetilbud i lokalsamfunnene.
- Det er et stort potensial for reiseliv knyttet til Finnmarks egenart, for eksempel kystfiske, reindrift og samisk kultur.
- Større reiselivsaktivitet gjennom samarbeid med nord-Sverige og nord-Finland. Et eksempel her er samarbeidet gjennom Visit Arctic Europe.
- I 2023 fastslo Finnmark å etablere et søkbart fond for infrastruktur innen reisemålsutvikling. Dette bidrar til insentiver for videre utvikling av reiselivet i regionen.

Utfordringer

- Finnmark kan ikke nås via tog og har generelt dårligere transport- og kollektivløsninger, som gjør regionen mindre tilgjengelig for turisme.
- Det er relativt få besøkende og lav kapasitetsutnyttelse i vintersesongen.
- Regionen har en relativt liten opplevelses- og serveringsbransje.
- Mangel på kompetanse i innholdsbransjene¹ i deler av regionen, for eksempel guider i opplevelsesbransjen og personell i serveringsbransjen.
- Det er behov for en forsterket markedsføring og tilgjengeliggjøring av de opplevelsesproduktene som finnes i regionen.
- Mangel på større attraksjoner som er drivere for å bygge Finnmark som reisemål

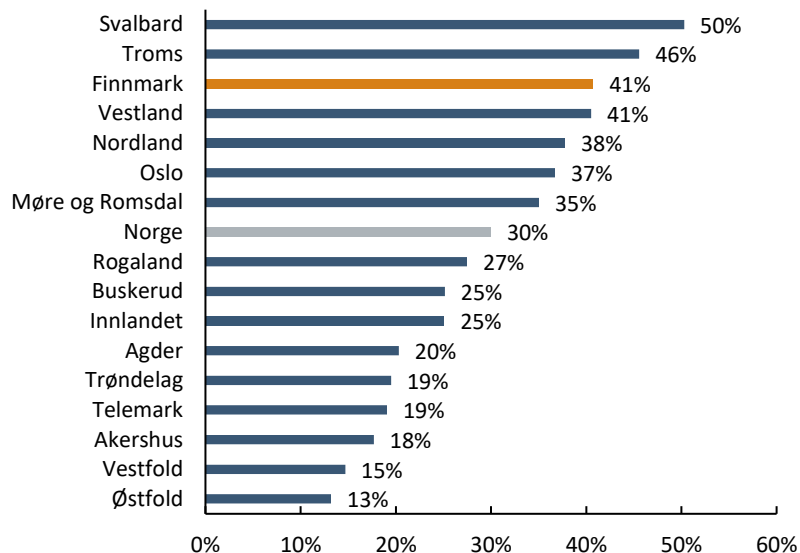
1. Vi deler reiselivsbransjene i innholdsbransjer og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud.

Finnmark er fylket med nest størst andel utenlandske overnattinger i Norge

Utenlandsandelen av de kommersielt tilreisende (hotell og camping) er på 41 prosent i Finnmark. Finnmark har den nest høyeste utenlandsandelen blant fylkene og ligger godt over landsgjennomsnittet som er på 30 prosent. Sammenlignet med de andre fylkene i Nord-Norge har Troms en høyere utenlandsandel på 46 prosent, mens Nordland har en lavere utenlandsandel på 38 prosent. Troms har direkte flyforbindelse til en rekke storbyer i Europa, som gjør destinasjonen mer tilgjengelig for utenlandske turister enn Finnmark.

Den høye utenlandsandelen i Finnmark, tross lange reiseveier og mangel på direkteforbindelser til utlandet, tyder på at regionen har greid å synliggjøre seg i internasjonal setting som reiselivsdestinasjon. Utenlandske feriereisende oppsøker i større grad spektakulær natur og naturfenomen enn norske feriereisende. Blant ulike utendørsaktiviteter i Norge er utenlandske feriereisende mer opptatt av fotturer og vandring, vannaktiviteter og naturopplevelser enn hva nordmenn er. Dette kan være en delforklaring til den høye utenlandsandelen i Finnmark, som byr på unik arktisk natur og land- og sjøbaserte aktiviteter. En annen faktor som bidrar til den høye utenlandsandelen er at utenlandske feriereisende i Norge i gjennomsnitt har et lengre ferieopphold enn nordmenn, delvis på grunn av lengre reisevei, som drar utenlandske gjestedøgn opp.¹

Utenlandsandel på hoteller og camping i fylkene og Svalbard i 2023. Kilde: SSB



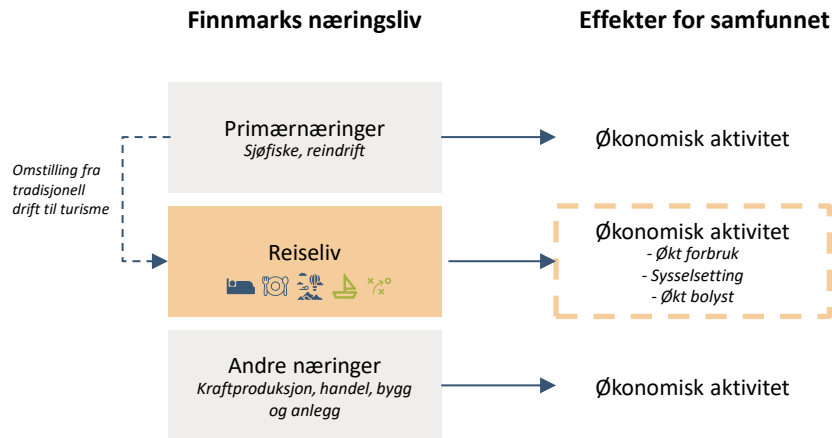
Reiseliv er en viktig nøkkel for et levende fylke

Reiselivet i Finnmark er en viktig nøkkel for å skape et levende fylke. Det er spesielt tre egenskaper ved næringen som bidrar til dette, særlig viktig for distriktsregioner.

Først og fremst stimulerer reiselivsnæringen til lokalt forbruk. Tilreisende til reiselivsdestinasjoner legger igjen forbruk i de ulike reiselivsbransjene, i tillegg til at de bruker penger på annet vare- og tjenestekjøp. Dette bidrar til økonomisk aktivitet og verdiskaping på tvers av bransjer i lokalsamfunnet. En annen viktig egenskap ved reiselivsnæringen er at den er stedbundet. Med stedbundet reiseliv menes overnatting, servering og opplevelser. Hoteller, restauranter og opplevelsesaktører er lokalisert i regionen, som gjør at aktiviteten fra tilreisende skjer lokalt. Et siste viktig punkt er at reiselivsnæringen er en svært arbeidsintensiv næring, og bidrar til å skape arbeidsplasser og bolyst i kommunene.

Finnmark er både det minst folkerike fylket i Norge og det nest største målt i areal. Det gjør at reiselivsnæringen med sine egenskaper er en viktig næring for å skape forbruk, sysselsetting og bidra til å holde liv i lokalsamfunnene i fylket. Det er derfor naturlig at Finnmark har en ambisjon om å utvikle reiselivet i regionen.

Illustrasjon av Finnmarks næringsliv og effekter for samfunnet.



Det er kort vei fra tradisjonell næring til turisme i Finnmark

Finnmark har en rekke omstillingsdyktige næringer som kan bidra til å øke aktiviteten i reiselivsnæringen. Det er en styrke at regionen har sterk kunnskap og kultur knyttet til primærnæringer som fiske og reindrift. Turister i dag er mer og mer opptatt av autentiske opplevelser og kontakt med lokalbefolkningen. Dette skaper en kort vei fra tradisjonell næringsdrift til turisme. Finnmark har potensiale til å omstille de tradisjonelle primærnæringene fra en kultur om å kun drive drift, til å utvikle et større opplevelsestilbud til nytte for lokalsamfunnet.

Big Fish Adventure er et eksempel på en opplevelsesbedrift som har benyttet sin kompetanse om havfiske til å skape et turisttilbud med fiske- og overnattingstilbud på Sørøya.¹ Et annet eksempel er Sápmi Adventures, som har brukt samisk næringskompetanse og kultur til å skape et reiselivstilbud. Opplevelsesbedriften tilbyr autentiske og kulturelle opplevelser som blant annet reinsdyrrekspedisjoner og isfiske, og har bidratt til å bygge bro mellom næringsdrift og turisme.²

I 2023 besluttet Finnmark å etablere et søkbart fond for infrastruktur innen reisemålsutvikling. Dette vil skape insentiver for videre utvikling av reiselivet i regionen og til å omstille tradisjonelle næringer til å skape reiselivsrettede opplevelser.³



Bilder: Sápmi Adventures

Innhold

Reiselivet i Finnmark

Markedsperspektivet – tilreisende i Finnmark

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Finnmark

Minianalyser Finnmark

Vedlegg

Metode for beregning av økonomisk aktivitet som følger av tilreisende

I dette kapitlet ser vi nærmere på hvem de tilreisende er og hvilken verdi de bidrar med til regionen. Kapitlet er delt inn i tre deler. Første del kartlegger omfanget av gjestedøgn fra fem segmenter: hotell, camping, cruise, fritidsboliger og Airbnb. Vi ser også på hvordan disse segmentene har utviklet seg, når på året de besøker regionen og hvor de kommer fra.

Andre del går ut på å undersøke hvor stort døgnforbruk disse segmentene har og hvordan dette forbruket fordeler seg på kategorier, som for eksempel overnatting, servering og varehandel. Døgnforbruket baserer seg på kartlegginger gjennomført av Innovasjon Norge og Transportøkonomisk institutt (TØI), samt estimeringer basert på Statistisk sentralbyrå (SSB) sine satellitregnskap, SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.

Basert på segmentenes gjestedøgn og døgnforbruk beregner vi i tredje del de tilreisendes totale forbruk i regionen. Dette forbruket legger grunnlaget for ringvirkninger i form av verdiskaping og sysselsetting, både i regionen og i andre deler av landet.

Metodisk tilnærming til å beregne økonomisk aktivitet som følger av tilreisende til en destinasjon



Merk: Analysen fanger ikke opp det økonomiske bidraget fra tilreisende som ikke overnatter i regionen, som dagsbesøkende og gjennomreisende. Årsaken til det er at det ikke finnes statistikk på omfanget av denne typen besøkende og det tilhørende forbruket. Vi inkluderer heller ikke lokalbefolkningens forbruk knyttet til fritidsboliger, altså besøk på fritidsbolig i samme kommune den enkelte bor i. Dette følger av at deres forbruk trolig i stor grad hadde tilfalt regionen uansett og i mindre grad reflekterer en effekt av reiselivet.

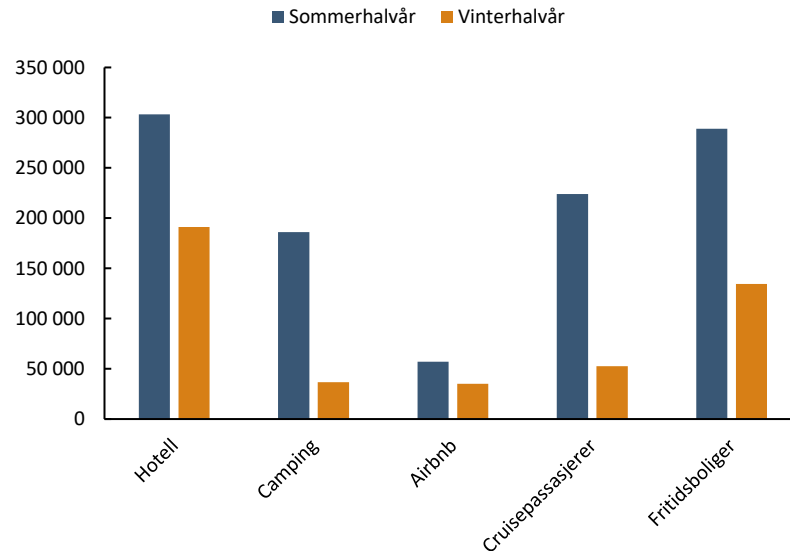
Gjestedøgn i Finnmark knytter seg primært til hotell og fritidsbolig

Totalt er det registrert omtrent 1,5 millioner gjestedøgn i Finnmark i 2023. Hotell og fritidsboliger er segmentene som står for flest av gjestedøgnene, men henholdsvis 33 og 28 prosent av alle gjestedøgn. Dette tilsvarer 494 000 døgn på hotell og 424 000 døgn på fritidsbolig.

Cruise og camping står henholdsvis for 18 og 15 prosent av alle gjestedøgn, som tilsvarer 276 000 og 223 000 gjestedøgn. Airbnb står for 6 prosent av regionens gjestedøgn, som er lavere enn andre segmenter, og utgjør 92 000 gjestedøgn.

70 prosent av gjestedøgnene finner sted i sommerhalvåret, som er fra mai t.o.m. oktober, og 30 prosent finner sted i vinterhalvåret, fra november t.o.m. april. Det gjør Finnmark til en utpreget sommerdestinasjon. Hotell og Airbnb er segmentene med minst sesongvariasjoner, og henholdsvis 39 og 38 prosent av gjestedøgnene finner sted om vinteren. Camping og cruise har størst sesongvariasjoner, hvor henholdsvis 84 og 81 prosent av gjestedøgnene finner sted i sommerhalvåret.

Antall gjestedøgn i 2023 i Finnmark fordelt på segment og sesong. Cruise er dagsbesøkende med overnatting på skip. Sommerhalvår er fra mai t.o.m. oktober, vinterhalvår er fra november t.o.m. april. Kilde: SSB, AirDNA og Kystdatahuset



Cruise er segmentet som har hatt størst bidrag til veksten i regionen, mens Airbnb har hatt størst relativ utvikling

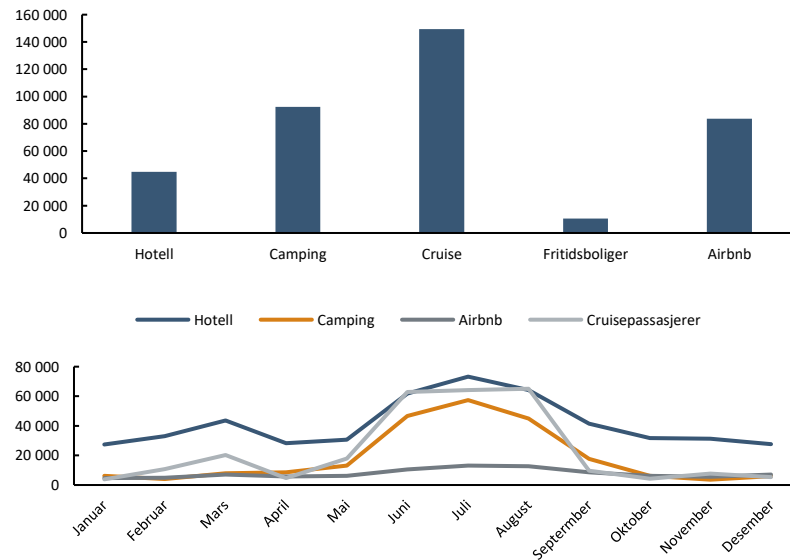
Totalt har antall gjestedøgn i Finnmark økt med 381 000 fra 2016 til 2023, noe som tilsvarer en årlig gjennomsnittlig vekst på 4 prosent. Det tilsier at det har vært stor vekst i antallet gjestedøgn i regionen.

Alle segmentene har hatt positiv vekst i antall gjestedøgn i perioden. Cruise har bidratt med mest, med en økning på 149 000 passasjeranløp fra 2016 til 2023. Dette tilsvarer en vekst på 117 prosent, fra 127 000 til 276 000. Deretter har camping økt med 92 000 gjestedøgn fra 130 000 gjestedøgn i 2016, som er en økning på 71 prosent. Airbnb er segmentet med relativt størst utvikling, med en vekst på 969 prosent, og gikk fra i underkant av 9 000 gjestedøgn i 2016 til 92 000 gjestedøgn i 2023.

Hotell har vokst med 45 000 gjestedøgn, som er en økning på 10 prosent. Fritidsboliger har økt minst med 3 prosent, som tilsvarer i overkant av 10 000 nye gjestedøgn.

Den nederste figuren viser at camping og cruise har en tydelig sommerprofil. Airbnb og hotell fordeler seg noe jevnere utover året. 68 prosent av alle overnattingene på hotell og camping befinner seg i sommermånedene, mot 67 prosent nasjonalt. Det betyr at Finnmark har en ganske lik sesongprofil som resten av landet.

Endringen i antall gjestedøgn mellom 2016 og 2023 fordelt på segment (øverst) og sesongprofil per segment i Finnmark i 2023 (nederst). Kilde: SSB og AirDNA



Hotell: Ferie- og fritidssegmentet har vokst, mens antallet yrkesreisende og tilreisende på kurs og konferanse har falt

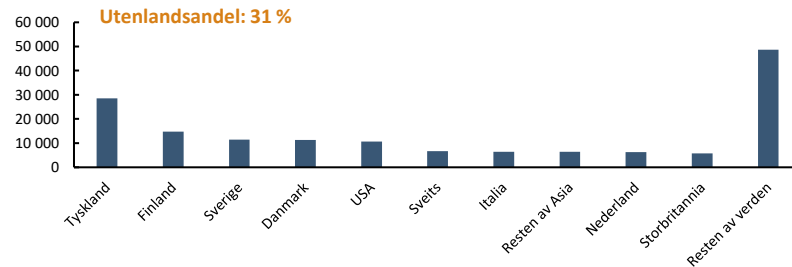
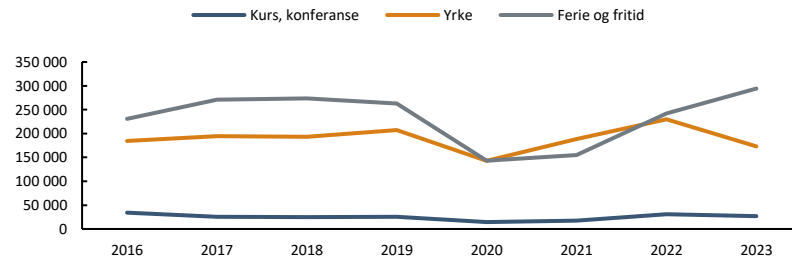
I det følgende beskrives segmentspesifikke utviklingstrekk og observasjoner. Først ut er hotell, der gjestene kan ha tre ulike formål; ferie og fritid, yrke og kurs/konferanse.

Ferie og fritid er det vanligste reisemålet i Finnmark. I 2016 sto ferie og fritid for 231 000 gjestedøgn, som tilsvarte omtrent halvparten av gjestedøgnene på hotell. Siden den gang har andelen økt, og i 2023 var det 294 000 gjestedøgn relatert til ferie og fritid, som tilsvarer 60 prosent av alle gjestedøgn. Totalt har antall ferie- og fritidsreisende økt med 28 prosent fra 2016 til 2023.

Antall yrkesreisende og tilreisende på kurs eller konferanse har falt med henholdsvis 6 og 21 prosent fra 2016 til 2023. Yrkesreisende har falt fra omtrent 184 000 i 2016 til 173 000 i 2023. Tilreisende med kurs og konferanse som formål har falt fra 34 000 til 27 000 gjestedøgn i samme periode. Generelt vil en god blanding av arbeidsreisende og feriereisende gjøre destinasjonen mer robust, ettersom feriereisende og yrkesreisende påvirkes ulikt av makroøkonomiske faktorer, i tillegg til at de har ulike sesongprofiler.

Den nederste figuren viser at nordmenn står for flest gjestedøgn på hotell med 69 prosent av alle gjestedøgnene i 2023. De største utenlandske markedene på hotell er Tyskland, Finland og Sverige.*

Utvikling i gjestedøgn på hotell for ulike formål fra 2016 til 2023 (øverst) og gjestedøgn på hotell i 2023 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Finnmark. Kilde: SSB



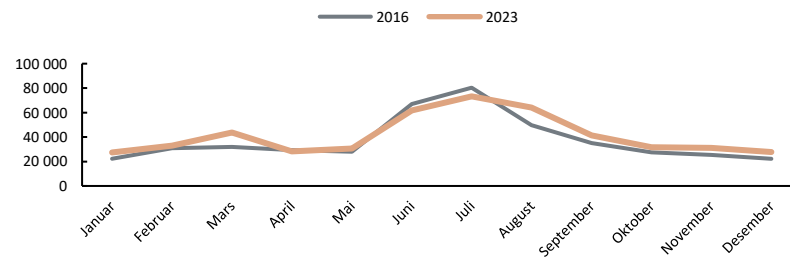
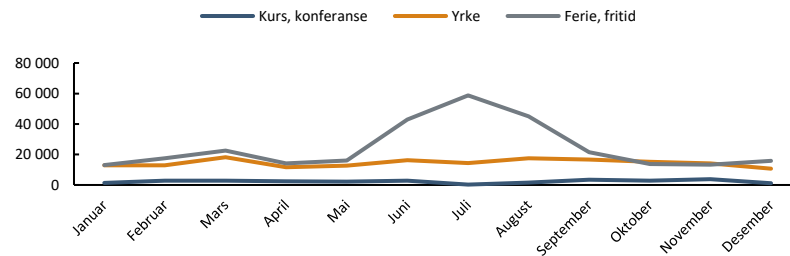
Hotell: Ferie- og fritidsreisende tydelige sesongvariasjoner, mens de yrkesreisende fordeler seg jevnt utover året

En destinasjons sesongprofil (besøksmønstre gjennom året) gir innsikt i en viktig karakteristikk ved det lokale reiselivet – nemlig hvor konsentrert reiselivsaktiviteter er i deler av året. En flatere sesongprofil er generelt forbundet med en rekke positive effekter, særlig gjennom å legge til rette for flere heltidsstillinger. Flere heltidsstillinger bidrar til økt kompetanse i bedriftene, som gir høyere kvalitet på reiselivsproduktet og reduserer opplæringskostnader for bedriftene. Flere heltidsstillinger kan også gi økte skatteinntekter til kommunen gjennom at arbeidstakerne bosetter seg i kommunen. I tillegg vil en flatere sesongprofil øke verdiskapingen i regionen ved å utnytte kapasiteten i reiselivet og redusere risikoen for sesongvariasjoner.

Sesongprofilen for de tre formålene viser at ferie- og fritidsreisende har en tydelig besøkstopp om sommeren, mens yrkesreisende har en jevnere sesongprofil. Kurs og konferanse har et fall i tilreisende i juli.

Den nederste figuren viser at sesongprofilen var nokså lik i 2023 som i 2016. Det har altså ikke vært store endringer i destinasjonens tiltrekningskraft relativt for de ulike sesongene de siste syv årene. Det er likevel antydning til at sesongen har jevnet seg litt utover sensommeren, med en økning i august. Vi observerer også en økning i mars fra 2016 til 2023.

Sesongprofil for hotell-gjestedøgn i 2023 per formål (øverst) og sesongprofil over tid for alle gjestedøgn på hotell (nederst) i Finnmark. Kilde: SSB

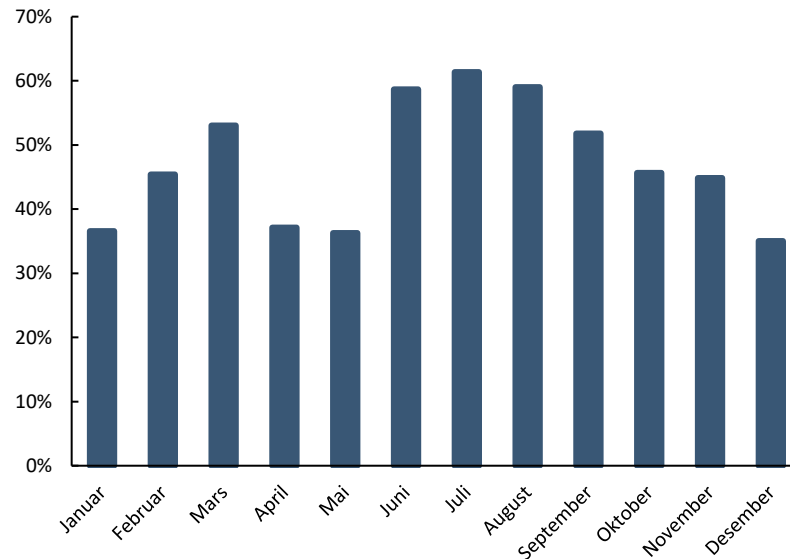


Hotell: Kapasitetsutnyttelsen på hotellrom er sesongpreget og er i gjennomsnitt litt lavere enn resten av landet

Kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i Finnmark reflekterer i stor grad sesongprofilen ved at den er høy i perioder med mange gjestedøgn. Kapasitetsutnyttelse er samlet gjennomsnittlig rombelegg på hotell. Det er relativt høy kapasitetsutnyttelse i sommermånedene fra juni til august. Juli er måneden hvor kapasitetsutnyttelsen var på sitt høyeste som tilsvarer 61 prosent. Månedene med lavest kapasitetsutnyttelse er januar, april, mai og desember hvor kun 35-37 prosent av hotellkapasiteten i Finnmark var benyttet.

SSBs overnattingsstatistikk viser at den gjennomsnittlige månedlige kapasitetsutnyttelsen i Norge i 2023 var 53 prosent. I Finnmark var den gjennomsnittlige kapasitetsutnyttelsen på 47 prosent og ligger 6 prosentpoeng under landsgjennomsnittet. Hoteller konkurrerer med Airbnb og annen utleie av fritidsboliger. Gjestedøgn på Airbnb har hatt sterk vekst de siste årene og har derfor bidratt til å redusere trykket på hotellene.

Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Finnmark. Kilde: SSB

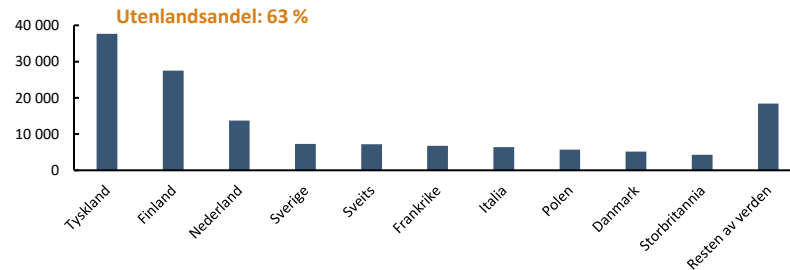
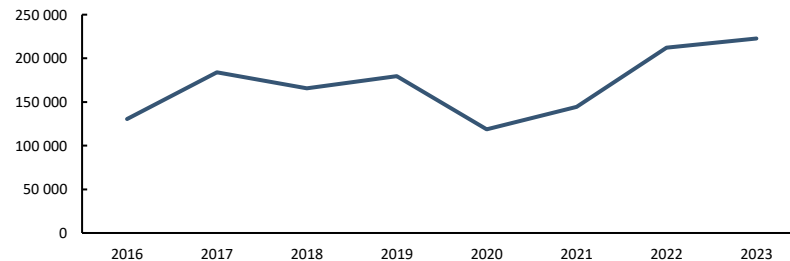


Camping: Nye høyder er nådd etter pandemien, og Tyskland og Finland er de største utenlandske markedene

SSBs campingstatistikk inneholder informasjon om campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem.¹ I 2016 var det registrert 130 000 gjestedøgn på camping. Før pandemien, i 2019, var antallet gjestedøgn på 180 000. Antallet gjestedøgn sank litt i 2020 som følge av reiserestriksjoner, men i 2022 var antallet gjestedøgn tilbake på et høyere nivå enn før pandemien med hele 212 000 gjestedøgn. Dette høye nivået har holdt seg også etter pandemien, og 2023 ble et rekordår for camping i Finnmark med 223 000 gjestedøgn. Totalt har antall gjestedøgn på camping vokst med 71 prosent fra 2016 til 2023.

Nordmenn sto for nesten 83 000 av gjestedøgnene på camping i Finnmark, som tilsvarer 37 prosent av totale gjestedøgn. Av utenlandske tilreisende er Tyskland, Finland og Nederland de største markedene, og står for henholdsvis 17, 12 og 6 prosent av alle gjestedøgnene på camping. De resterende landene i figuren står for 2-3 prosent hver av gjestedøgnene.

Utvikling i gjestedøgn på camping fra 2016 til 2023 (øverst) og gjestedøgn på camping i 2023 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Finnmark. Kilde: SSB



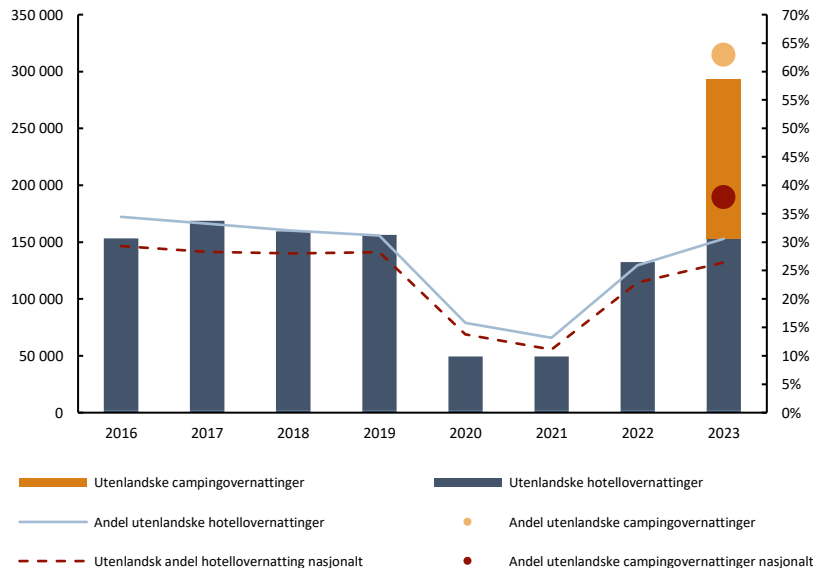
Det er ingen vekst i antallet utenlandske hotellovernattinger siden 2013 og på camping står utenlandske turister for 63 prosent av overnattingene

Basert på tilgjengelig data om utenlandske tilreisende til hoteller og camping kan vi beregne utenlandsandel (eksport) for disse segmentene. Andelen utenlandske hotellovernattinger i Finnmark var høyere enn nasjonalt under hele perioden fra 2016 og 2023. I 2016 kom 34 prosent av alle hotellovernattinger i Finnmark fra utenlandske tilreisende, mot 29 prosent nasjonalt. Andelen falt i 2023 til 31 prosent, mot 26 prosent nasjonalt, og Finnmark har under hele perioden hatt en lignende utvikling som resten av landet.

I 2016 og i 2023 var antallet utenlandske hotellovernattinger i Finnmark likt, med 151 000 overnattinger begge årene. Det har dermed vært null vekst i antallet utenlandske hotellovernattinger i perioden, mens andelen utenlandske overnattinger har falt grunnet en økning i overnattinger av nordmenn. Under pandemien falt både andelen og antallet utenlandske overnattinger. I 2020 og i 2021 var utenlandske hotellovernattinger på sitt laveste, med i overkant av 47 000 overnattinger årlig.

Utenlandske turister sto for 63 prosent av alle campingovernattinger i Finnmark i 2023, som tilsvarer 140 000 overnattinger. Utenlandsandelen på camping i Finnmark er med det dobbelt så høy som på hotell. Til sammenligning er utenlandsandelen av campingovernattinger nasjonalt på 38 prosent.

Antall utenlandske hotellovernattinger fra 2016 til 2023 (utvikling) og campingovernattinger (2023)¹ (venstre akse) og andel (høyre akse), for Finnmark og nasjonalt. Kilde: SSB



Cruise: Antallet passasjeranløp fra cruise har vokst veldig raskt etter pandemien

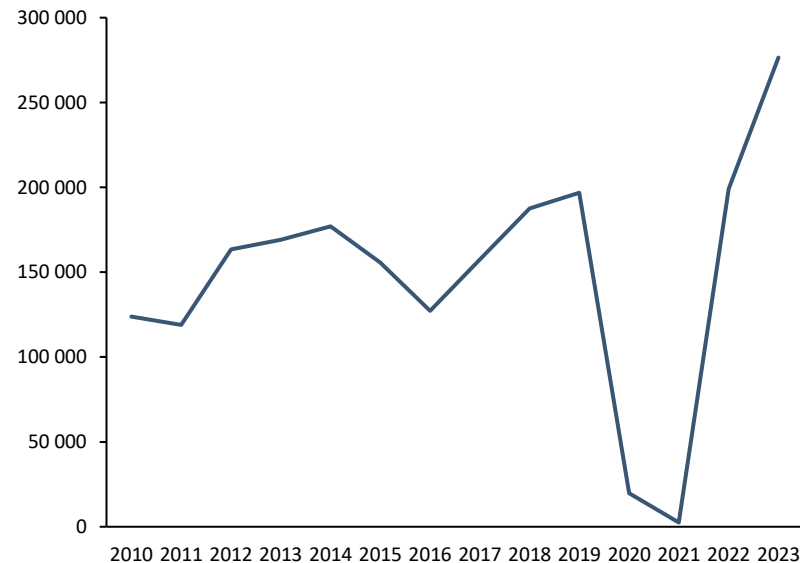
Cruiseturisme har de siste årene markert seg som et viktig segment i Finnmarks reiselivsnæring. Med cruisehavner i blant annet Honningsvåg, Hammerfest og Alta har de siste årene sett en sterk økning i antallet anløp og besøkende cruiseturister.

Mellom 2016 og 2019 var det en betydelig og jevn vekst i cruisenæringen Finnmark. I perioden fra 2010 til 2019 økte antallet passasjerløp fra cruise med 73 000, fra omtrent 124 000 til 197 000.

Cruisenæringen ble spesielt hardt rammet av koronapandemien som følge av muligheten for store smitteutbrudd om bord. I 2020 og 2021 var det derfor omtrent ingen cruiseturisme i Norge. I etterkant av pandemien har passasjeranløpene nådd nye høyder. I 2022 var antall passasjerløp på et høyere nivå enn før pandemien. 2023 ble et rekordår for cruiseturismen i Finnmark med over 276 000 passasjeranløp. Fra 2010 til 2023 har utviklingen i passasjeranløp vokst med totalt 123 prosent, som er en økning på 153 000 passasjeranløp.

Statistikken inkluderer andre fartøy enn konvensjonelle cruiseskip, for eksempel private minicruise. Det betyr at de presenterte tallene kan være noe høyere enn andre kilder. Omfanget av minicruise har økt de siste årene, og denne trenden er forventet å fortsette fremover.

Utvikling i passasjeranløp fra cruise i Finnmark fra 2010 til 2023. Kilde: Kystdatahuset



Cruise: Den største veksten har skjedd i august, men også vintersesongen har vokst vesentlig

Cruisenæringen er i tillegg til camping det reiselivssegmentet i Finnmark med størst variasjon i antall besøk mellom sommer og vinter. Den høyeste aktiviteten registreres i sommermånedene juni, juli og august.

Figuren til høyre viser sesongprofilen for de tre årene 2016, 2019 og 2023. Den største økningen i antall passasjeranløp fra 2016 til 2023 har skjedd i august. Antall passasjeranløp i august har økt med 48 000 gjestedøgn, som tilsvarer 32 prosent av den totale økningen i perioden. Passasjeranløp i juli har også vokst betraktelig, mens juni har økt fra 2016 til 2019 og falt litt fra 2019 til 2023. Totalt har alle sommermånedene vokst fra 2016 til 2023. I tillegg har det vært økning i vintersesongen.

En økning i besøkende i skuldresesongen og vintermånedene er positivt både for cruisenæringen og øvrig næringsliv i regionen. Dette kan ses i lys av Altas satsing på utvikling av vintercruise til Nord-Norge. En mer jevn sesongprofil innebærer at arbeidsbelastningen og inntektsstrømmen fordeles over større deler av året, selv om sommerperioden fortsatt utvilsomt har størst aktivitet.

Utvikling i sesongprofil for passasjeranløp fra cruise for ulike år i Finnmark. Kilde: Kystdatahuset



Fritidsboliger: Antall gjestedøgn har vokst jevnt over perioden

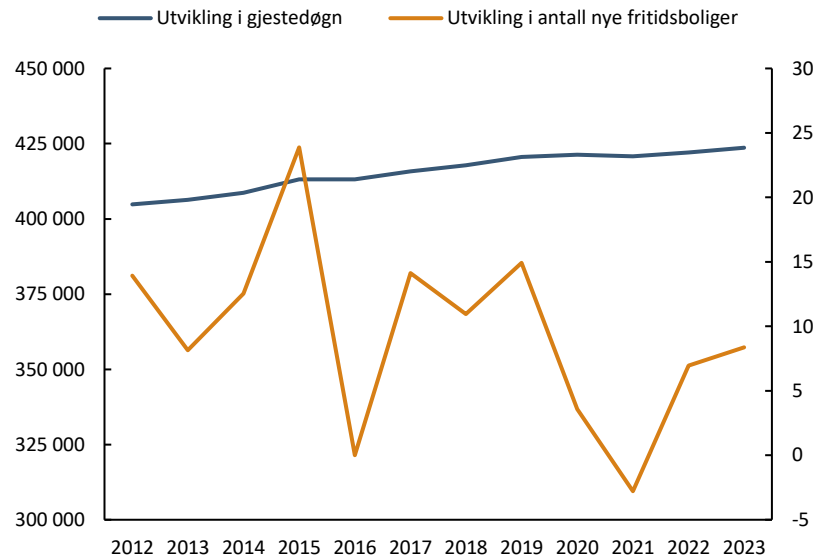
Antall gjestedøgn i fritidsbolig har hatt en jevn økning fra 2012 til 2020. Siden 2012 har antallet ikke-lokale gjestedøgn på fritidsboliger økt fra 405 000 til 424 000. Det tilsvarer en vekst på 5 prosent eller en 0,4 prosent årlig vekst i perioden.

Det er mange fritidsboliger i Finnmark der eierne også er bosatt i fylket. I 2023 var det omtrent 1,7 millioner lokale gjestedøgn på regionens fritidsboliger. Det vil si at 80 prosent av fritidsboligene i Finnmark eies av bosatte i regionen.

Gjestedøgnstallene som legges til grunn i analysen kommer kun fra tilreisende som er bosatt utenfor regionen. De som bor i Finnmark og som har fritidsbolig der, er med andre ikke regnet med. Vi har lagt til grunn at det i gjennomsnitt er 187 gjestedøgn per fritidsbolig i året i Finnmark. Dette er et nasjonalt estimat basert på en rekke fritidsboligundersøkelser.

Når det gjelder utbyggingstakten av fritidsboliger har den variert veldig fra år til år, og det har gjennomsnittlig vært en økning på ti fritidsboliger årlig. Det har de siste årene vært en noe lavere utbyggingstakt. I 2023 var det en økning på åtte fritidsboliger i Finnmark.

Utvikling i gjestedøgn fra tilreisende på fritidsboliger fra 2012 til 2023 (venstre akse) og fritidsboligutbygging fra tilreisende (høyre akse) i Finnmark.¹ Kilde: SSB og Menon

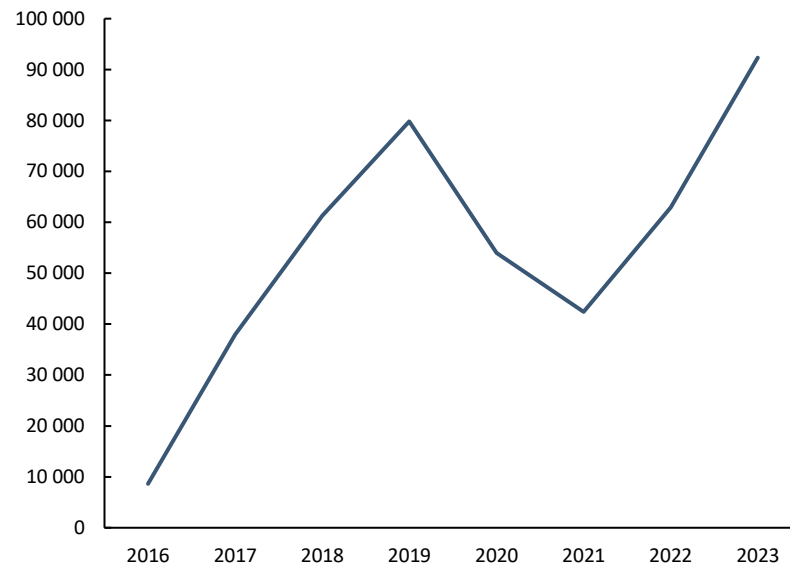


Airbnb: Segmentet har økt med nesten 84 000 gjestedøgn siden 2016

Gjestedøgnene på Airbnb i Finnmark har hatt sterk vekst i samtlige år siden 2016, med unntak av under pandemien. I 2016 var det i underkant av 9 000 registrerte gjestedøgn, mens det i 2023 var omtrent 92 000. Det tilsvarer en økning på omtrent 84 000 gjestedøgn i perioden. Vi legger til grunn at det er 2,6 gjestedøgn per bruksdøgn på Airbnb.

Overnatting på Airbnb har blitt stadig mer populært, samtidig som flere og flere stiller boligene sine til disposisjon. Noe av veksten kan forklares ved at Airbnb-utleie helt fra starten hatt skattefordeler sammenliknet med kommersiell utleie, som har gjort det attraktivt å stille boligen sin til utleie. Noe av dette ble søkt rettet opp da det fra og med skatteåret 2020 trådte i kraft egne skatteregler for såkalt korttidsutleie i egen bolig.

Utvikling i gjestedøgn på Airbnb i Finnmark fra 2016 til 2023. Kilde: AirDNA



Airbnb: Gjestene har en tydelig besøkstopp sommermånedene

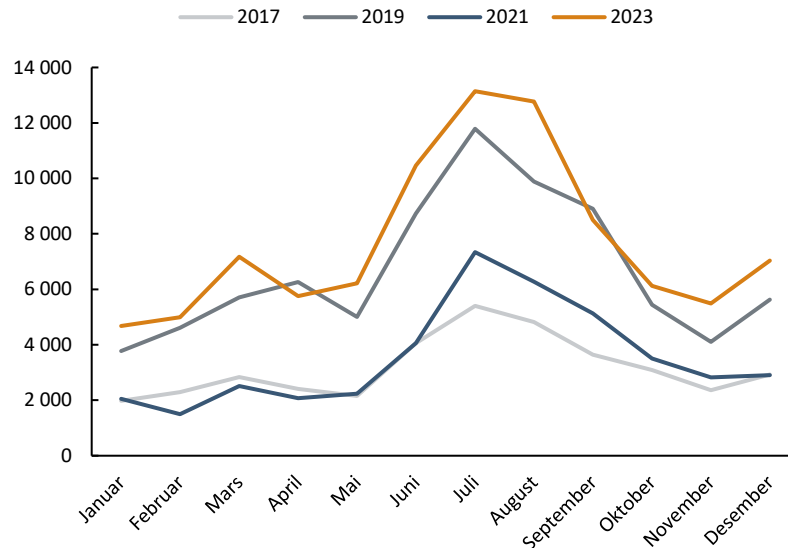
Sesongprofilen for Airbnb viser at gjestene besøker Finnmark hele året, og har en lignende sesongprofil som hotell. I 2023 var 62 prosent av gjestedøgnene på Airbnb i sommerhalvåret, mot 61 prosent på hotell. Juni, juli og august er månedene med flest gjestedøgn, og har også økt mest i antall overnattinger fra 2017 til 2023.

Det har vært relativt lite endring i sesongvariasjonene over tid, og forskjellene mellom årene kan i stor grad begrunnes av flere tilreisende i alle måneder. I 2017 besøkte 61 prosent av turistene på Airbnb Finnmark i sommerhalvåret og i 2021 økte andelen til 67, før den igjen falt litt.

Airbnb reduserer presset på hotellene i høysesongen, spesielt i områder der kapasitetsutnyttelsen på hotell er høy. Ved å tilby overnatting skaper samtidig Airbnb tøffere konkurranse for hotellbransjen. Dette kan være utfordrende for hoteller i områder som ikke har full utnyttelse i høysesongen og som er avhengig av et solid overskudd for å tåle en lavere kapasitetsutnyttelse resten av året.

Utvikling i sesongprofil for Airbnb-gjestedøgn for 2017, 2019, 2021 og 2023 i Finnmark.

Kilde: AirDNA



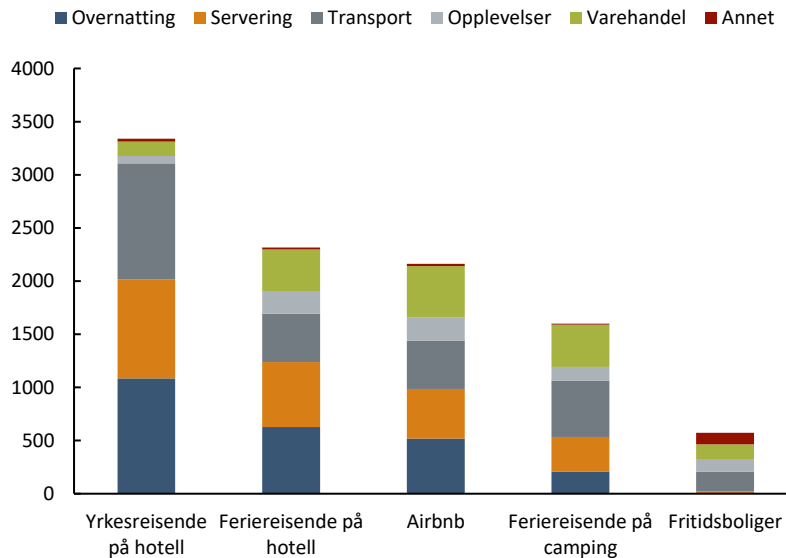
Yrkesreisende på hotell har det høyeste døgnforbruket, mens tilreisende fritidsboligturister har det laveste

Innovasjon Norges Turistundersøkelse ligger til grunn for beregningene av forbruk i denne analysen. Her har et stort antall reisende på forskjellige destinasjoner blitt intervjuet om blant annet hvor mye penger de har brukt på reisen. Vi tar utgangspunkt i Innovasjon Norges turistundersøkelse fra 2019, hvor tallene har blitt inflasjonsjustert og harmonisert med SSBs satellittregnskap, samt SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.

Figuren til høyre viser gjennomsnittlig estimert døgnforbruk for ulike segmenter. Yrkesreisende på hotell har det høyeste forbruket, disse bruker i snitt 3 340 kroner per døgn i Finnmark. På den annen side finner vi at fritidsboligturistene har det laveste døgnforbruket, med 570 kroner. Dette skyldes blant annet at de ikke har forbruk knyttet til overnatting.

Det foreligger usikkerhet i tallene. Tallene er basert på 2019-data, hvor man i kjølvannet av pandemien har sett endringer i turistens reisemønster.¹ Samtidig er dataene selvrapportert forbruk, og kan derfor være en feilkilde i seg selv. Likevel innhenter Innovasjon Norge forbruksdata til Turistundersøkelsen fra et bredt spekter av attraksjoner, overnattingssteder, flyplasser, havner og liknende.

Gjennomsnittlig døgnforbruk blant turistgrupper fordelt på forbrukskategorier i 2023 i Finnmark. Kilder: Innovasjon Norges Turistundersøkelse og TØI; SSBs overnattingsstatistikk og satellittregnskap; Menons regnskapsdatabase.



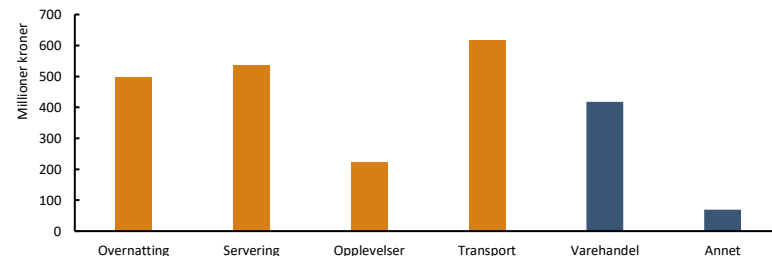
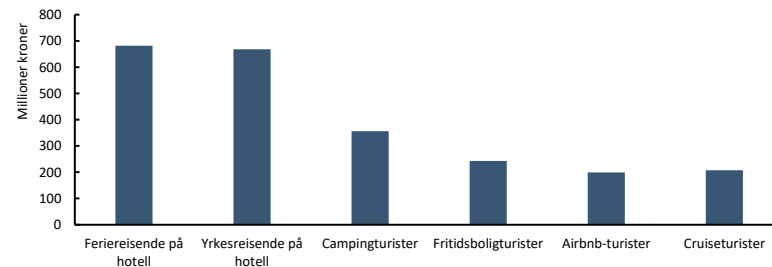
Tilreisende hadde et samlet forbruk på nesten 2,4 milliarder kroner i 2023

Vi finner at det kommer høyest inntekter fra feriereisende og yrkesreisende på hotell, og disse står for henholdsvis for 29 og 28 prosent av det totale forbruket blant tilreisende i 2023. Deretter kommer campingturister som står for 15 prosent av forbruket. Tilreisende på fritidsbolig, cruise og Airbnb står for henholdsvis 10, 9 og 8 prosent. Det totale forbruket til tilreisende tilsvarer i underkant av 2,4 milliarder kroner.

Når det gjelder reiselivsbransjene, finner vi at transport, servering og overnatting står for henholdsvis 26, 23 og 21 prosent av forbruket. Tilreisende la igjen omtrent 616 millioner på transport, 535 millioner på servering og 496 millioner på overnatting. Blant innholdsbransjene er det i opplevelsesbransjen turistene legger igjen minst penger, om lag 223 millioner kroner, som tilsvarer 9 prosent av det totale forbruket.

Turistene har også forbruk knyttet til varehandel og annet vare- og tjenestekjøp. Her estimerer vi at de tilreisende i 2023 hadde et samlet forbruk på omtrent 418 og 69 millioner kroner innen henholdsvis varehandel og annet vare- og tjenestekjøp.

De tilreisendes forbruk fordelt på segment (øverst) og de tilreisendes forbruk fordelt på bransje (nederst) i 2023 i Finnmark. Kilde: Menon Economics



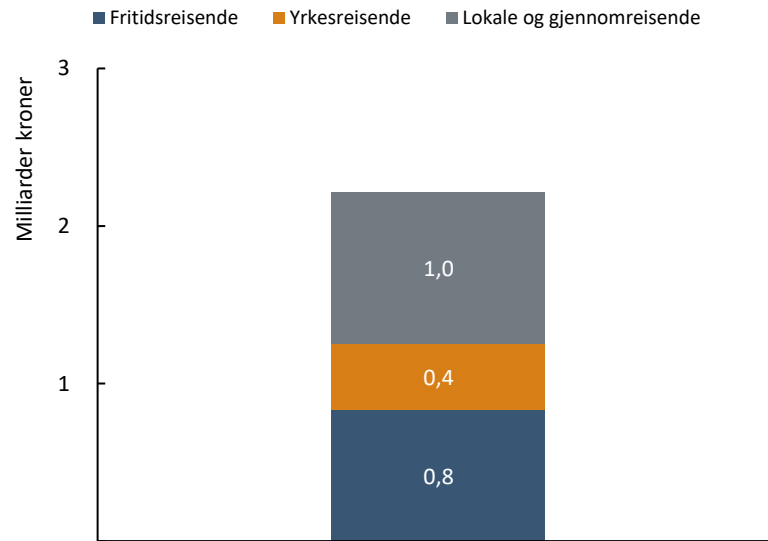
De tilreisendes forbruk utgjør 57 prosent av omsetningen i innholdsbransjene

Innholdsbransjene, som omfatter overnatting, servering og opplevelser, hadde en samlet omsetning på 2,2 milliarder kroner i 2023. Vi sammenligner her den beregnede omsetningen fra tilreisende i innholdsbransjene med den totale omsetningen i innholdsbransjene. Dette gjør at vi kan belyse de tilreisende betydning for reiselivet i regionen.

På forrige side har vi beregnet at de tilreisende la igjen i underkant av 1,3 milliarder kroner i innholdsbransjene i Finnmark i 2023. Det innebærer at tilreisende utgjorde 57 prosent av den totale omsetningen i innholdsbransjene dette året.

Som figuren til høyre illustrerer hadde de yrkesreisende et forbruk på 0,4 milliarder kroner i innholdsbransjene (19 prosent), mens fritidsreisende sto for drøyt 0,8 milliarder kroner (38 prosent). Dette gjør at 1 milliard (43 prosent) er tilknyttet lokalbefolkningen, dagsbesøkende eller gjester som benytter ikke-kommersielle overnattingsformer. Fellesnevneren for denne gruppen er at de ikke fanges opp av overnattings- og passasjerstatistikken vi i denne analysen tar utgangspunkt i.

Omsetningen i reiselivets innholdsbransjer i Finnmark i 2023 fordelt på fritidsreisende, yrkesreisende, samt på lokalbefolkning og gjennomreisende. Kilde: Menon Economics



Tilreisendes forbruk legger grunnlaget for 1,8 milliarder kroner i verdiskaping og 2 700 sysselsatte

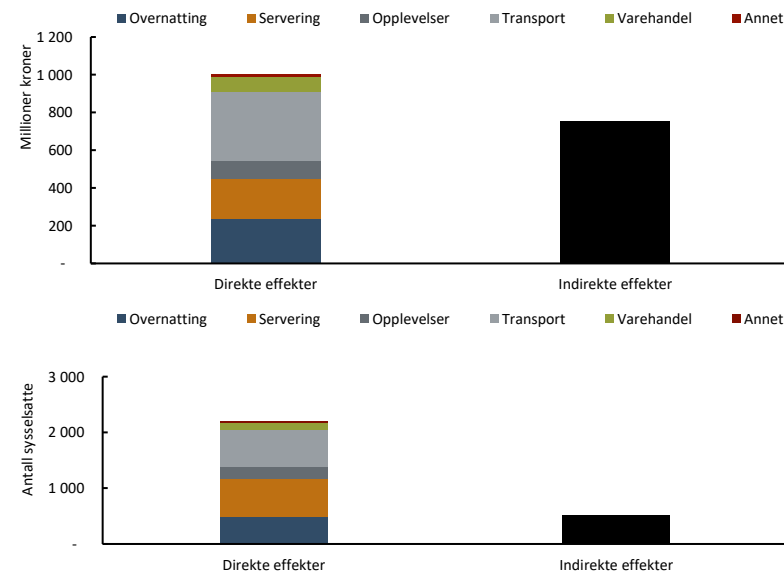
Vi beregner at tilreisendes¹ forbruk i 2023 la grunnlaget for nesten 1,8 milliarder kroner i samlet verdiskaping. Dette inkluderer både direkte og indirekte verdiskapingseffekter. Verdiskapingen kan forstås som bidrag til bruttonasjonalprodukt (BNP).

Av disse verdiskapingseffektene beregner vi at turistenes forbruk la grunnlag for 1 milliard kroner i det reiselivsrettede næringslivet i Finnmark (direkte verdiskaping). Verdiskaping defineres som bedriftenes lønnskostnader og driftsresultat før skatt, avgifter, av- og nedskrivninger. Vi beregner at de indirekte verdiskapingseffektene (i leverandørkjeden) utgjør i underkant av 0,8 milliarder kroner i 2023. De indirekte effektene er beregnet ut fra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge, og tilfaller ikke bare lokalt næringsliv i Finnmark, men aktører i hele landet.

Vi beregner videre at tilreisendes forbruk i 2023 la grunnlag for 2 700 sysselsatte. Blant disse var 2 200 tilknyttet det reiselivsrettede næringslivet i Finnmark, mens 500 var tilknyttet leverandørkjeden til reiselivsaktørene.

De tilreisendes forbruk legger grunnlaget for 4 prosent av verdiskapingen og 8 prosent av sysselsettingen i hele næringslivet i Finnmark.

Direkte og indirekte verdiskapingseffekter fra tilreisendes forbruk (i millioner kroner) (øverst) og sysselsettingseffekter (nederst) i 2023 i Finnmark. Kilde: Menon Economics



Innhold

Reiselivet i Finnmark

Markedsperspektivet – tilreisende i Finnmark

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Finnmark

Minianalyser Finnmark

Vedlegg

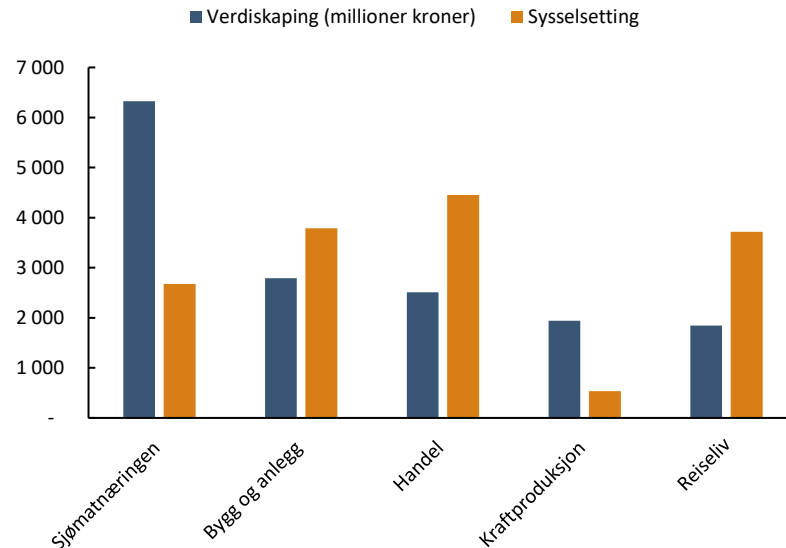
Reiseliv står for 7 prosent av verdiskapingen og 14 prosent av sysselsettingen i næringslivet

Reiseliv er en viktig næring i Finnmark med en verdiskaping på over 1,8 milliarder kroner i 2022, som er omtrent 7 prosent av den totale verdiskapingen i Finnmark.¹ Dersom man ser på sysselsetting utgjør reiselivet 14 prosent som tilsvarer 3 700 sysselsatte. Målt i verdiskaping er reiseliv den femte største næringen.

Næringen med høyest verdiskaping i Finnmark er sjømatnæringen med 25 prosent av verdiskapingen. Etter sjømatnæringen følger bygg og anlegg og handel som står for henholdsvis 11 og 10 prosent av verdiskapingen, og kraftproduksjon som står for 8 prosent.

Reiselivsnæringen er en veldig arbeidsintensiv næring, i motsetning til for eksempel sjømatnæringen og kraftproduksjon som er eksempler på kapitalintensive næringer. Dette vises i figuren til høyre, der vi ser at reiselivet i Finnmark har en relativt høyere sysselsetting enn verdiskaping. Det betyr at reiselivsnæringen er mindre produktiv enn de mange andre av næringene i regionen. Reiselivsnæringen i Norge har generelt en relativt lav arbeidskraftproduktivitet, så dette bildet er ikke unikt for Finnmark. Det er også viktig å understreke at reiselivet har en høy andel sesong- og deltidsansatte, så verdiskaping per årsverk er vesentlig høyere enn verdiskaping per sysselsatt.

*Verdiskaping og sysselsetting for de fire største næringene og reiselivet i Finnmark i 2022.
Kilde: Menon Economics*



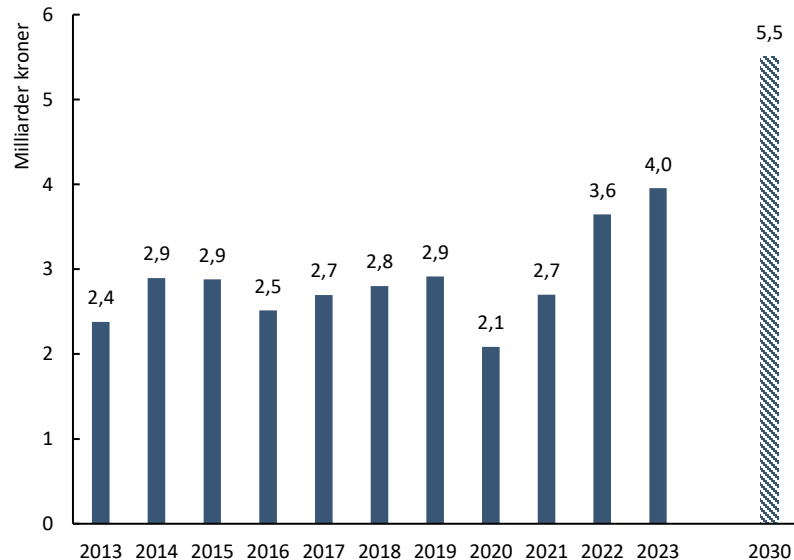
Det har vært sterk omsetningsvekst de siste årene

I 2013 var omsetningen i reiselivet i Finnmark på 2,4 milliarder kroner. Omsetningen har gått opp og ned frem til 2019, hvor reiselivet omsatte for 2,9 millioner kroner. Pandemien bidro til et fall i omsetningen, og i 2020 falt den til 2,1 milliarder.

Fallet i 2020 var bare midlertidig, og fra 2021 har omsetningen i reiselivet økt kraftigere enn tidligere år. Mellom 2021 og 2022 økte reiselivsomsetningen med nesten én milliard, fra 2,7 til 3,6 milliarder. I 2023 steg omsetningen videre til 4 milliarder. Fra 2013 til 2023 har omsetningen i reiselivet totalt vokst med 66 prosent. 36 prosent av veksten har skjedd mellom 2019 og 2023.

Vår prognose for omsetningen i reiselivet i 2030 er at den vil være på 5,5 milliarder kroner. Det tilsvarer en vekst på 39 prosent fra 2023, som er 5 prosentpoeng høyere enn prognosen for landsgjennomsnittet. Gjennomsnittlig årlig vekst er anslått å være på 5 prosent de neste syv årene, som er det samme som den gjennomsnittlige årlige veksten mellom 2013 og 2023.

Historisk utvikling i omsetning og prognoser for 2030 i Finnmark. Historiske tall i løpende kroner, 2030-prognosen er i faste 2023-kroner. Kilde: Menon Economics



De fem reiselivsbransjene hadde en samlet verdiskaping på 1,9 milliarder kroner og en sysselsetting på 3 900 personer

Det er fem bransjer som utgjør det vi vanligvis definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud.

I Finnmark genererer reiselivet totalt en verdiskaping på 1,9 milliarder kroner og en sysselsetting på 3 900 personer. Figuren til høyre viser hvordan verdiene fordeler seg utover bransjene. Innholdsbransjene har samlet en verdiskaping på 0,9 milliarder kroner, mens tilgjengelighetsbransjene står for én milliard.

Overnatting - består av hoteller, pensjonater, moteller, hytter, campingplasser, vandrerhjem, ferieleiligheter, turisthytter og annen overnatting.

Servering - omfatter typisk restauranter, kafeer, gatekjøkken og drift av barer og puber.

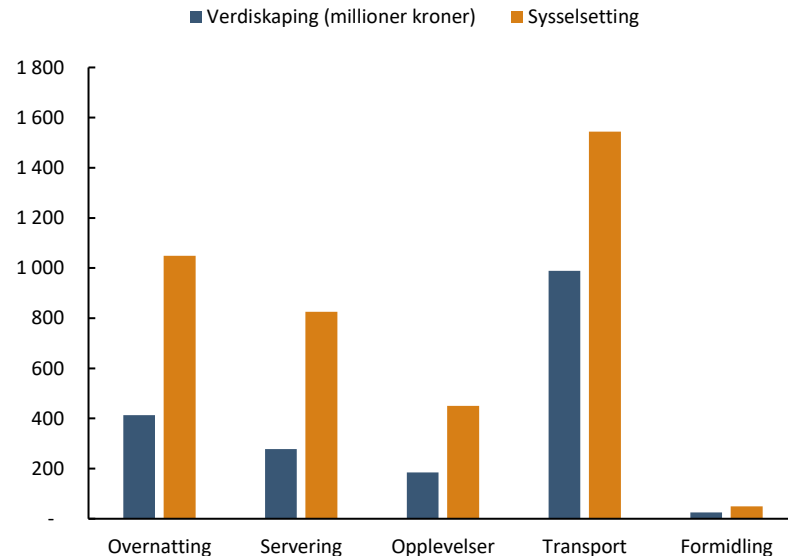
Opplevelser - inneholder de fleste aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, fornøynelses- og temparker, alle typer museer og historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser.

Formidling - består av aktører som reisebyråer, turistkontorer, reisearrangørvirksomhet, guider og reiseledere.

Transport - omfatter bedrifter som frakter passasjerer med jernbane, kysttrafikk med passasjerer, innenlandske kyststruter med passasjerer og turbiltransport.

Reiselivsbransjenes verdiskaping (i millioner kroner) og sysselsetting i 2023 i Finnmark.

Kilde: Menon Economics



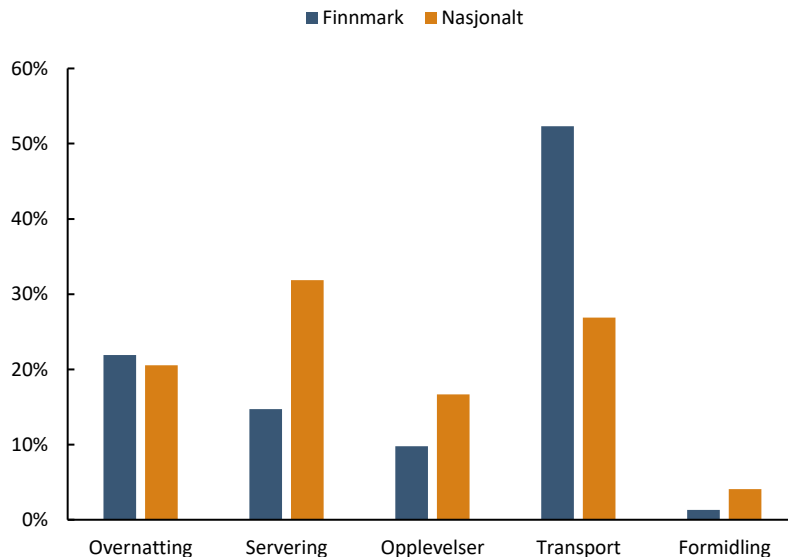
Transport er den største reiselivsbransjen med over halvparten av verdiskapingen

Av de totalt 2 milliarder kronene i verdiskaping som reiselivsnæringen genererer i Finnmark står innholdsbransjene for 46 prosent og tilgjengelighetsbransjene for de resterende 54 prosentene. Av innholdsbransjene er overnatting den største med 22 prosent av verdiskapingen. Videre står servering for 15 prosent og opplevelser for 10 prosent av verdiskapingen. Av tilgjengelighetsbransjene er transport klart størst med drøyt 52 prosent av verdiskapingen, som også gjør transport til den største reiselivsbransjen.

Sammenlignet med resten av landet er andelen verdiskaping som kommer fra transport omtrent dobbelt så høy. Transportens høye andel av verdiskapingen kan knyttes til geografien i Finnmark. Finnmark er et fylke med en lang kyst og mindre byer med flere fergeforbindelser og kortbaneflyplasser.¹ Hurtigruten er blant annet en av de største aktørene innen transportbransjen.

Overnatting har også en høy andel av verdiskapingen sammenlignet med de andre innholdsbransjene. Det skyldes i hovedsak at det er relativt få serverings- og opplevelsestilbud i Finnmark sammenlignet med landet øvrig. Sesongbasert reiseliv og få fastboende gjør det utfordrende å opprettholde et bredt serverings- og opplevelsestilbud gjennom året.

Andelen av verdiskaping som reiselivsbransjene utgjør av reiselivet i Finnmark og nasjonalt i 2023. Kilde: Menon Economics

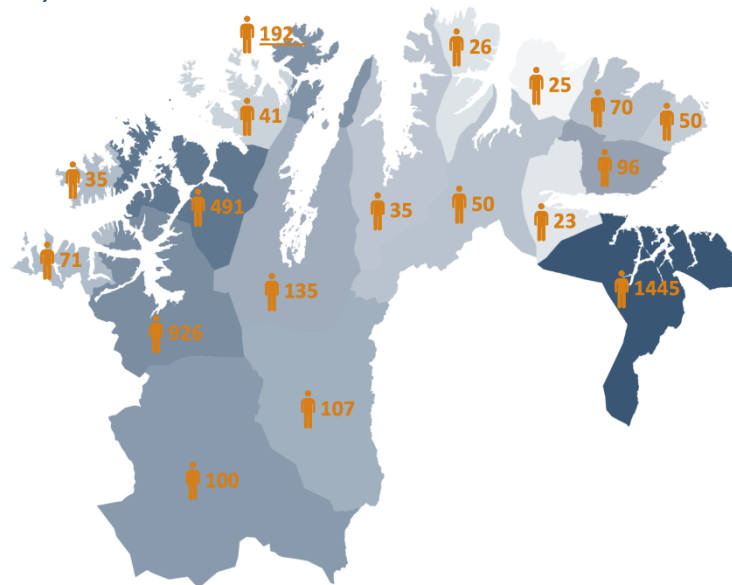


Sør-Varanger er Finnmarks største reiselivskommune

Sør-Varanger er kommunen med den høyeste verdiskapingen og sysselsettingen i reiselivsnæringen. Reiselivsnæringen i Sør-Varanger står for 42 prosent av den totale verdiskapingen i reiselivet i Finnmark. I tillegg sysselsetter kommunen omtrent 1 450 personer som tilsvarer 37 prosent av det totale antallet sysselsatte i reiselivsnæringen i regionen.

Deretter kommer Hammerfest og Alta, som står for henholdsvis 18 og 17 prosent av verdiskapingen i reiselivet i Finnmark. Hammerfest sysselsetter nesten 500 i reiselivsnæringen, som utgjør 13 prosent av reiselivets sysselsatte i regionen. Alta sysselsetter drøyt 900 personer, som tilsvarer 24 prosent. Nordkapp står også for en betydelig del av aktiviteten i reiselivet i Finnmark, med omtrent 6 prosent av verdiskapingen og 5 prosent av sysselsettingen. Øvrige kommuner i Finnmark står hver for under 4 prosent av verdiskapingen i reiselivet.

Sysselsetting og verdiskaping blant reiselivsbedriftene i de ulike kommunene i Finnmark i 2023. Mørkere blåfarge indikerer høyere verdiskaping, tallene i oransje representerer antall sysselsatte. Kilde: Menon Economics



Innholdsbransjene har opplevd størst vekst i verdiskaping siden 2013

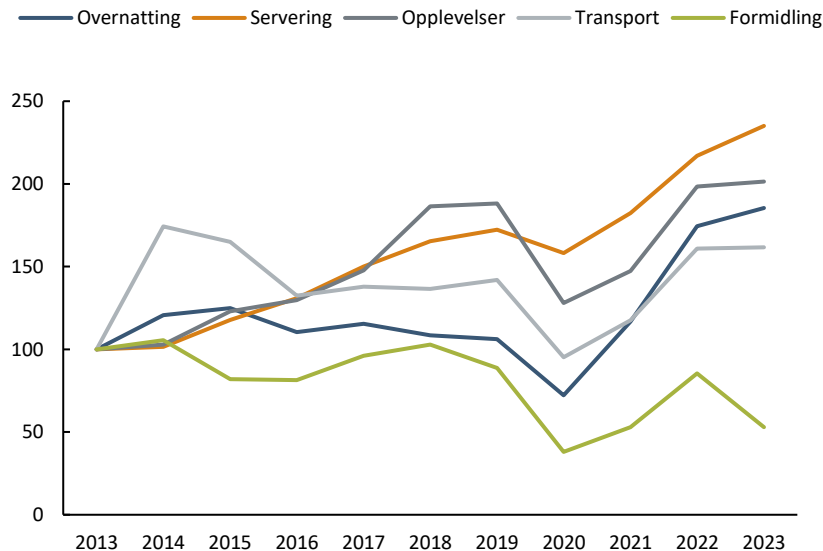
Reiselivsnæringen i Finnmark har hatt en stor økning i verdiskaping de siste ti årene, med vekst i samtlige segmenter. De tre innholdsbransjene har opplevd størst vekst.

Servering er reiselivsbransjen som har vokst mest, med en økning på 135 prosent siden 2013. Crosta AS åpnet i 2020 og driver serveringsstedet Erica Mat og Vin, og hadde i 2023 høyest verdiskaping av serveringsselskapene. Opplevelser er reiselivsbransjen som har vokst nest mest, og har doblet seg siden 2013. Opplevelsesbedriften Destinasjon 71 grader nord som holder til på Nordkapp bidro til mest verdiskaping i opplevelsesbransjen i 2023. Overnatting har også vokst siden 2013, med en økning i verdiskaping på 85 prosent. Innenfor overnatting er det hotellkjeden Scandic som bidrar til mest verdiskaping.

Formidling er bransjen som ble hardest rammet av pandemien, og hadde i 2023 omtrent halvparten så høy verdiskaping som i 2013. Reisebyrået Berg-Hansen Nord-Norge har bidratt til mest verdiskaping innen formidling de siste tre årene, og har mer enn tredoblet sin verdiskaping siden 2020.

Transportbransjen har hatt en vekst i verdiskaping på 62 prosent siden 2016. I tillegg til Hurtigruten bidrar Boreal til mest verdiskaping i transportbransjen.

Indeksert utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje i Finnmark fra 2013 til 2023. Referanseåret 2013=100. Kilde: Menon Economics



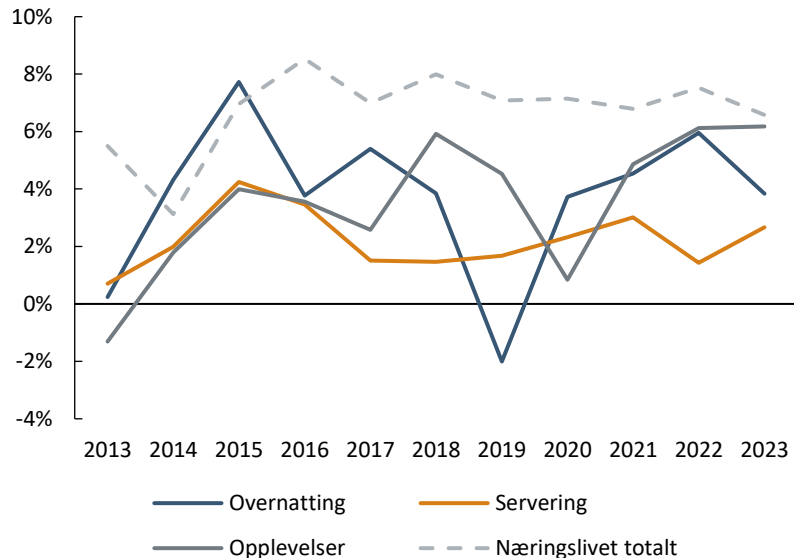
Lønnsomheten i innholdsbransjene har variert mye, men har vært positiv for alle bransjer i de siste fire årene

Figuren til høyre presenterer utviklingen i lønnsomheten til innholdsbransjene overnatting, servering og opplevelser sammenlignet med øvrig næringsliv i Finnmark.

De siste ti årene har serveringsbransjen hatt en lønnsomhet som har variert mellom 1 og 4 prosent hvor toppen på 4 prosent var i 2015. Opplevelser har hatt lønnsomhet mellom -1 og 6 prosent. Den negative driftsmarginen på -1 var i 2013. De to siste årene har lønnsomheten for opplevelsesbransjen vært på 6 prosent. Overnatting har hatt en lønnsomhet som har variert mellom -2 og 8 prosent i perioden. I 2019 var lønnsomheten lavest på -2, mens i 2015 var den på sitt høyeste tilsvarende 8 prosent. Lønnsomheten i overnattingsbransjen i 2023 var på 4 prosent.

Foruten om et par år hvor overnattingsbransjen hadde høyest lønnsomhet, viser figuren at reiselivsnæringen i Finnmark har en lavere lønnsomhet enn øvrig næringsliv i regionen. Dette er ikke unikt for Finnmark for også på landsbasis er reiselivet en næring med relativt lav lønnsomhet. Det øvrige næringslivet har hatt en gjennomsnittlig lønnsomhet på 6,7 prosent i perioden, og har ikke hatt en lønnsomhet som har vært lavere enn 3 prosent.

Utvikling i lønnsomhet per innholdsbransje og næringslivet som helhet (oljeselskaper og finans holdt utenom) i Finnmark fra 2013 til 2023, målt som driftsmargin. Kilde: Menon Economics

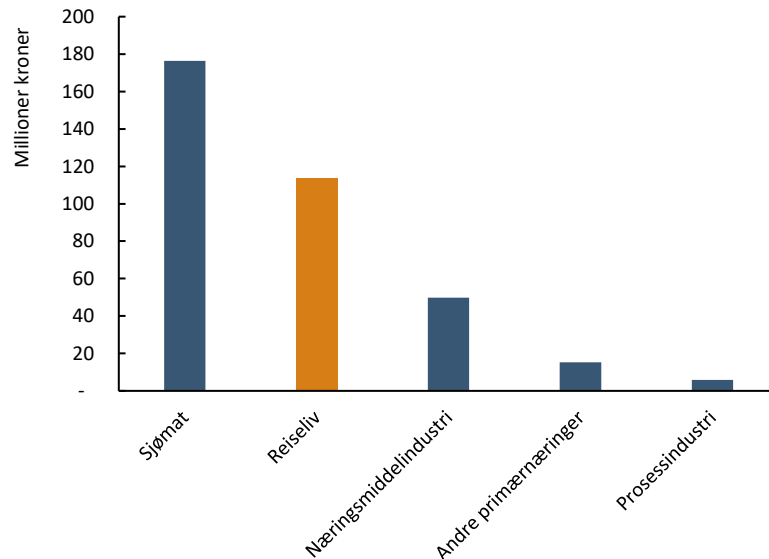


Reiselivsbedriftene genererer 113 millioner kroner i skatteinntekter til kommunene

Vi har beregnet at kommunale skatteinntekter fra reiselivet var på 113 millioner kroner i 2022. Dette er altså skatteinntekter som genereres i reiselivsbedriftene som er registrert i regionen. Mye av skatteinntektene tilfaller regionen, men kan også betales til andre kommuner utenfor regionen. Årsaken til det er at skattene går til kommunene hvor arbeidstakerne er bosatt.

Sjømatnæringen bidrar med omtrent 176 millioner i skatteinntekter. Næringsmiddelindustri og andre primærnæringer bidrar med henholdsvis 50 og 15 millioner kroner. Prosessindustri genererer betydelig mindre i skatteinntekter med i underkant av 6 millioner kroner.

Beregnete kommunale skatteinntekter som genereres i Finnmark i 2022 fra reiselivet sammenliknet med skatteinntekter fire andre næringer.¹ Kilde: Menon Economics



Innhold

Reiselivet i Finnmark

Markedsperspektivet – tilreisende i Finnmark

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Finnmark

Minianalyser Finnmark

Vedlegg

Den økonomiske betydningen av reiselivet i Vest-Finnmark

72 %
Omsetningsvekst
2013-2023

Det er fem bransjer som utgjør det vi definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud. Denne analysen inkluderer kommunene Alta, Loppa, Hasvik, Hammerfest, Måsøy og Nordkapp.

Nøkkeltall for reiselivsnæringen i Vest-Finnmark



2,3 milliarder kroner i **omsetning** i reiselivsnæringen i 2023



830 millioner kroner i **direkte verdiskaping** i reiselivsnæringen og 610 millioner kroner i **ringvirkninger**



1 800 **direkte sysselsatte** i reiselivsnæringen, og 430 i **ringvirkninger**

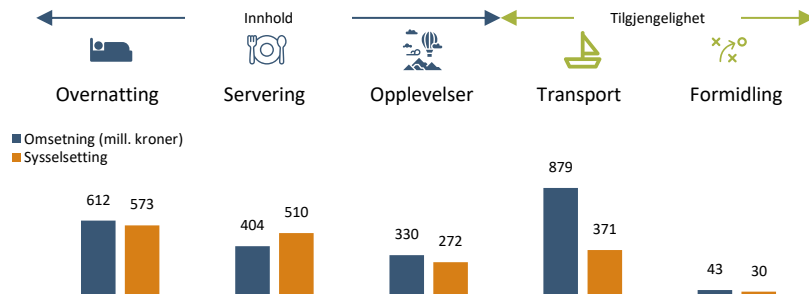


39 millioner kroner i **skatteinntekter** fra reiselivsnæringen i 2022

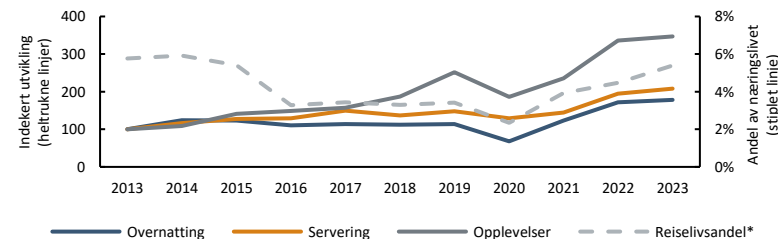


Andel ansatte i næringslivet som jobber i reiselivsnæringen i 2022: 11 prosent

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning i Vest-Finnmark



Utvikling i reiselivets verdiskaping



* Inkluderer overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. For perioden 2013 til 2022.

Den økonomiske betydningen av reiselivet i Indre Finnmark

36 %
Omsetningsvekst
2013-2023

Det er fem bransjer som utgjør det vi definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud. Denne analysen inkluderer kommunene Kautokeino, Karasjok, Porsanger, Tana og Nesseby.

Nøkkeltall for reiselivsnæringen i Indre Finnmark



390 millioner kroner i **omsetning** i reiselivsnæringen i 2023



170 millioner kroner i **direkte verdiskaping** i reiselivsnæringen og 100 millioner kroner i **ringvirkninger**



420 **direkte sysselsatte** i reiselivsnæringen, og 70 i **ringvirkninger**

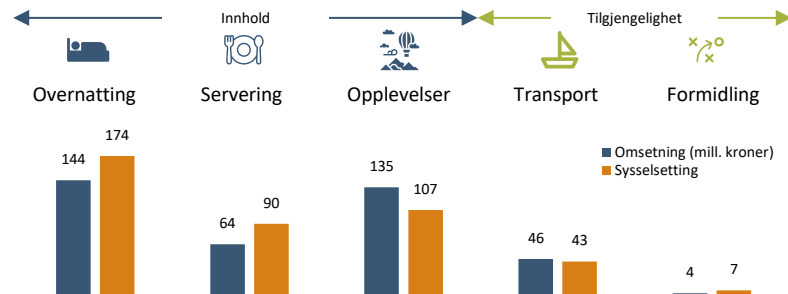


8 millioner kroner i **skatteinntekter** fra reiselivsnæringen i 2022

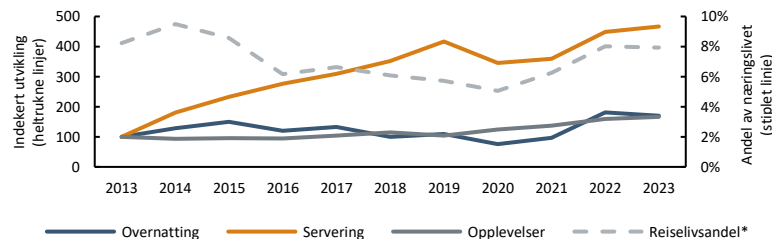


Andel ansatte i næringslivet som jobber i reiselivsnæringen i 2022: 12 prosent

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning i Indre Finnmark



Utvikling i reiselivets verdiskaping



* Inkluderer overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. For perioden 2013 til 2022.

Den økonomiske betydningen av reiselivet i Varanger og Nordkyn

68 %
Omsetningsvekst
2013-2023

Det er fem bransjer som utgjør det vi definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud. Denne analysen inkluderer kommunene Sør-Varanger, Vadsø, Vardø, Båtsfjord, Berlevåg, Gamvik og Lebesby.

Nøkkeltall for reiselivsnæringen i Varanger og Nordkyn



1,3 milliarder kroner i **omsetning** i reiselivsnæringen i 2023



890 millioner kroner i **direkte verdiskaping** i reiselivsnæringen og 200 millioner kroner i **ringvirkninger**



1 750 **direkte sysselsatte** i reiselivsnæringen, og 130 i **ringvirkninger**

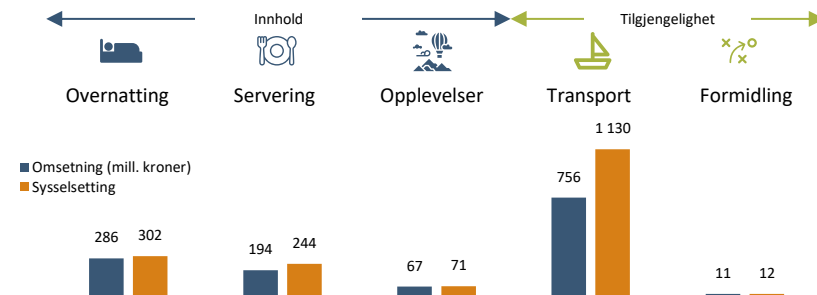


66 millioner kroner i **skatteinntekter** fra reiselivsnæringen i 2022

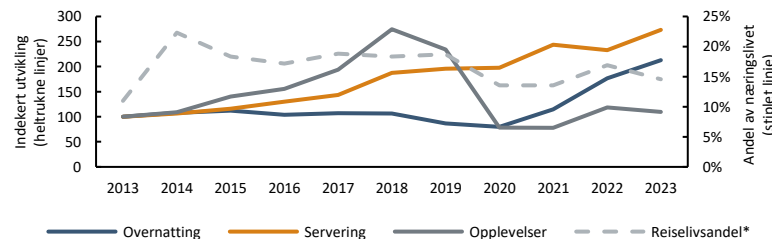


Andel ansatte i næringslivet som jobber i reiselivsnæringen i 2022: 23 prosent

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning i Varanger og Nordkynn



Utvikling i reiselivets verdiskaping



* Inkluderer overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. For perioden 2013 til 2022.

Innhold

Reiselivet i Finnmark

Markedsperspektivet – tilreisende i Finnmark

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Finnmark

Minianalyser Finnmark

Vedlegg

Vedlegg: Tabell over reiselivets verdiskaping, sysselsetting og skatteinntekter i kommunene

Verdiskaping, sysselsetting for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Finnmark i 2023, samt skatteinntekter for reiselivsnæringen i Finnmark i 2022. Kilde: Menon Economics

| Kommune | Verdiskaping i millioner | Sysselsatte | Skatteinntekter i tusen |
|--------------|--------------------------|-------------|-------------------------|
| Sør-Varanger | 793 | 1 445 | 61 281 |
| Hammerfest | 343 | 491 | 15 072 |
| Alta | 329 | 926 | 16 874 |
| Nordkapp | 106 | 192 | 4 551 |
| Kautokeino | 58 | 100 | 2 310 |
| Porsanger | 49 | 135 | 2 534 |
| Vadsø | 44 | 96 | 2 003 |
| Karasjok | 43 | 107 | 2 216 |
| Loppa | 25 | 71 | 1 049 |
| Hasvik | 19 | 35 | 627 |
| Lebesby | 15 | 35 | 710 |
| Båtsfjord | 14 | 70 | 833 |
| Tana | 13 | 50 | 792 |
| Vardø | 12 | 50 | 900 |
| Måsøy | 8,6 | 41 | 633 |
| Gamvik | 6,8 | 26 | 246 |
| Nesseby | 6,4 | 23 | 360 |
| Berlevåg | 4,7 | 25 | 419 |

Definisjon av sentrale begreper og beskrivelse av ringvirkningsmodellen

- **Verdiskapingen** i en bedrift er definert som summen av lønnskostnader og bedriftens driftsresultat, korrigert for kapitalslit og nedskrivninger. Dette er også kjent som bruttoprodukt/BNP og er en av de mest sentrale samfunnsøkonomiske størrelsene, fordi det er den som legger grunnlag for velferd gjennom forbruk og skatter.
- **Sysselsetting** viser til antallet heltids- og deltidsansatte. Det må ikke forveksles med antall årsverk som viser til antall heltidsstillinger. Antallet sysselsatte er derfor større enn (eller lik) antall årsverk.
- **Driftsmargin** er forholdet mellom driftsresultatet og omsetningen til en bedrift. Den gir en indikasjon på en bedrifts lønnsomhet. Driftsmarginen kan ses på som hvor mange kroner en bedrift sitter igjen med for hver 100-lapp som omsettes, og forteller hvor mye bedriften sitter igjen med til å dekke kapitalkostnader (før renter og skatt).

Om ringvirkningsmodellen

Aktiviteten i ulike næringer er tett bundet sammen. Når etterspørselen øker i en næring, vil det forplante seg til andre deler av økonomien, gjennom næringenes vare- og tjenestekjøp hos sine leverandører. Dette er også tilfellet i reiselivsnæringen. Når turistene kjøper opplevelsespakker eller varer og tjenester vil det føre til økt sysselsetting hos bedriftene, i tillegg til sysselsetting hos deres leverandører igjen. Dette utgjør det vi kaller *ringvirkningseffekter*.

Menon har utviklet en økonomisk ringvirkningsmodell spesifikt for reiseliv, for å kunne estimere ringvirkninger av tilreisendes lokale forbruk. Vi legger de estimerte gjestedøgnene etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Estimaten på gjestedøgn er basert på data fra SSB, AirDNA og Kystdatahuset. Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra undersøkelser gjennomført av Innovasjon Norge og TØI. Det gir totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier, både innen bransjene i reiselivsnæringen og relaterte næringer som handel og bygg og anlegg. Forbruket omregnes deretter til direkte og indirekte ringvirkninger i form av verdiskaping og sysselsetting.

