

RAPPORT

Nærings- og sysselsettingsvirkninger av SkiVM 2011



MENON-PUBLIKASJON NR. 7/2011

April 2011

av Anniken Enger og Sveinung Fjose



MENON
Business Economics

Forord

Oslo dannet i perioden 23. februar til 6. mars 2011, rammen rundt Verdensmesterskapet i nordiske grener. Det ble arrangert 21 øvelser innen langrenn, kombinert og hopp, i tillegg til en rekke kultur- og festivalarrangementer.

Denne rapporten gir en oversikt over de nærings- og sysselsettingseffektene som er skapt av VM-gjestenes opphold og forbruk i Oslo og Norge, samt rapporterer publikums tilfredshet med arrangementet generelt og Oslo som vertskapsby. Oppdragsgiver har vært VisitOSLO og Innovasjon Norge.

Arbeidet har pågått i perioden februar - april 2011, og det har i løpet av prosjektet blitt gjennomført diskusjonsmøter med VisitOSLO. Datainnsamlingen ble foretatt blant publikum under hele arrangementet, av studenter på Reiselivslinjen ved Markedshøyskolen i Oslo, frivillige fra VisitOSLO og intervjuere fra Norstat AS.

Den foreliggende rapporten er en korrigert versjon, da det i den opprinnelige versjonen ble gjort en beregningsfeil. Feilen er rettet opp i siste avsnitt på side 3 og 12 og i figur 3.3 s. 13.

Vi takker for et spennende oppdrag og håper resultatene kommer til nytte i det videre arbeidet.

Oslo, 8. juni 2011

Anniken Enger og Sveinung Fjose

Menon Business Economics

Innhold

1.	Innledning og konklusjon	3
2.	Metode	4
3.	Hvordan bidrar VM-arrangementet til økt omsetning, sysselsetting og skatteinngang?	5
3.1.	Arrangementet bidro til økt omsetning	5
3.2.	Arrangementet bidro til økt sysselsetting.....	8
3.2.1.	Direkte sysselsettingseffekt.....	8
3.3.	Indirekte virkninger –(kryssløpsffekter).....	9
3.4.	Totale virkninger på sysselsetting og konsum som følge av arrangementet	10
3.5.	Arrangementets skatteinngang	11
3.5.1.	Beregning av inntekter gjennom merverdiavgift.....	11
3.5.2.	Beregning av inntektsskatt og arbeidsgiveravgift.....	11
3.5.3.	Overskuddsskatt som følge av arrangementet.....	12
3.5.4.	Total økning i offentlige inntekter som følge av arrangementet	12
4.	Tilfredshet med arrangementet	14
4.1.	Ønske om gjenbesøk.....	15
4.2.	Tilbakemeldinger fra publikum	15
5.	Data og referanser	17
6.	Oversikt over figurer	17
7.	Oversikt over tabeller	17
8.	Vedlegg	18

1. Innledning og konklusjon

Vi beregner i denne rapporten nærings- og sysselsettingsvirkninger av at Oslo i 2011 arrangerte Ski-VM. Beregningene er gjort ved hjelp av Menons ringvirkningsmodell, som igjen tar utgangspunkt i nasjonalregnskapsdata.

Ski-VM i Oslo ble en folkefest. Gjennom en spørreundersøkelse har vi avdekket tilskuernes tilfredshet med arrangementet. Hele 95 prosent er enten svært godt eller ganske godt fornøyd med arrangementet, og 93 svarer det samme om Oslo som vertskapsby. Oslo frister svært mange til gjenbesøk, og hele 94 prosent kan tenke seg å besøke Oslo igjen. Blant utlendingene var andelen på 93 %, og mange ønsket å komme tilbake på sommeren. Dette kan tyde på at arrangementet også kan gi langsiktige virkninger for reiselivet i Oslo-regionen.

Ved ringvirkningsstudier er det viktig å skille ut det ekstra konsum som kommer som følge av arrangementet. Vi har derfor ved beregning av konsum kun tatt utgangspunkt i tilreisende konsum. Vi har altså ikke tatt med konsumet til tilskuere som bor innenfor T-baneringen i Oslo, ettersom vi antar at deres konsum ville ha kommet Oslo-regionen til gode uansett, om enn på et annet tidspunkt. I rapporten beregner vi tilreisendes konsum til om lag 420 millioner kroner¹.

For å fremstille varer og tjenester må bedrifter naturlig nok benytte arbeidskraft. Økt konsum legger således grunnlag for sysselsetting. Arrangementet i Oslo varte i elleve dager, og det er liten grunn til å tro at arrangementet i seg selv bidro til at noen fikk et varig ansettelsesforhold. Arrangementet har imidlertid bidratt til at mange har økt sin stillingsprosent i næringer som for øvrig preges av viss andel ufrivillig deltidsansatte. Videre har økt omsetning bidratt til å gjøre arbeidsplassene mer sikre.

Våre beregninger viser at arrangementet hadde en samlet sysselsettingseffekt på rundt 330 årsverk. Dette inkluderer såkalte indirekte effekter, altså sysselsettingseffekter som følge av at bedriftene som betjente turistene må kjøpe varer og tjenester fra andre bedrifter. I tillegg til den konsumrelaterte sysselsettingen på 330 årsverk, kommer sysselsettingseffekten som følge av SkiVMs kjøp av varer og tjenester til arrangementet, herunder sikkerhetstjenester, løypepreparering, utstyrskjøp mv. Vi har ikke klart å beregne sysselsettingseffekten av disse kjøpene. Våre beregninger er således å anse som et minimumsanslag.

VM-arrangementet bidro i følge beregningene til at offentlige inntekter ble økt med om lag 37 millioner. Dersom en legger til grunn at økte offentlige inntekter gir økt offentlig tjenesteproduksjon, øker sysselsettingen med mer enn beregningene i rapporten viser.

¹ Vi legger da til grunn at 60 prosent av de tilreisendes konsum på dagligvarer og transport tilfaller aktører i Oslo-regionen, mens resten tilfaller aktører utenfor. Vi antar videre, basert på spørreundersøkelsen, at 94 prosent av konsumet av at hotell- og restauranttjenester kom Oslo-regionen til gode.

2. Metode

For å beregne ringvirkninger av VM Oslo 2011 har vi gjennomført en spørreundersøkelse blant publikum på VM-arenaen. Til sammen har vi fått svar fra 812 respondenter. Spørreskjemaet som ble brukt er utarbeidet av Menon Business Economics, etter modell fra Sport Event Denmark², og godkjent av VisitOSLO.

Datainnsamlingen ble foretatt av studenter på reiselivslinjen på Markedshøyskolen i Oslo, ansatte og frivillige hos VisitOSLO samt intervjuere fra Norstat AS. Primærmålgruppen var publikum som selv hadde kjøpt billett til et eller flere av arrangementene.

For å få et så representativt utvalg som mulig, ble det gjennomført intervjuer under nesten hele SkiVM; fom. lørdag 26. februar tom. lørdag 5. mars. Det vil si at dager med både finvær/dårlig vær, transportproblemer/ikke transportproblemer samt alle de ulike sportsgrenene ble dekket. Intervjuerne spredte seg utover hele området slik at det ble gjort intervju på de fleste tribuneområdene (Holmenkollen, Midstubakken og langrennsarenaen). Publikum som hadde fått sponset billetten ble ikke intervjuet, da det antas at disse ville ha et skjevt forbruksmønster. Vi mener at utvalgsmetoden har gitt gode og representative intervju. Gitt at de 812 intervjuene er representative, får vi feilmarginer på +/- 1-2 prosent.

Andelen norske og utenlandske intervju, fordelte seg på 75 % norske og 25 % utenlandske. Dette antas å være noenlunde representativt. SkiVM har registrert at 15 % av billettene var betalt med utenlandsk kredittkort. Man vet at dette er et for lavt antall, da både billetter kjøpt av utlendinger via VisitOSLO og Color Line er registrert som norske. Andelen på 25 % opprettholdes dermed som det beste anslaget.

I spørreundersøkelsen har vi spurt respondentene om forhold som:

- Nasjonalitet og bosted
- Hvorvidt de er dags- eller overnattingsturister
- Overnattingsform
- Antall overnattingsdøgn i forbindelse med arrangementet
- Totalt konsum den aktuelle dagen fordelt på, overnatting, servering, transport, billetter og aktiviteter
- Tilfredshet med arrangementet og Oslo som vertsby
- Hvorvidt de kan tenke seg å besøke Oslo igjen

De akkumulerte samfunnsøkonomiske effektene er beregnet ut fra antagelsen om at utvalget er representative for totalpopulasjonen. Det antas at andelen norske vs. utenlandske respondenter er representativ for forholdet mellom norske vs. utenlandske publikum generelt. Det har vært en målsetting med beregningene å unngå en uhensiktsmessig overvurdering av den økonomiske effekten av VM'et. For eksempel er overrapporteringer mtp. forbruk på restaurant, slettet, slik at det ikke er med på å påvirke gjennomsnittet.

Med i beregningen er kun utenlandske og interregionale besøkende, dvs. besøkende som har fast bosted utenfor t-baneringen i Oslo. Forbruket til personer boende innenfor t-baneringen i Oslo er regnet som lokalt forbruk, som uten det aktuelle arrangementet, allikevel ville blitt lagt igjen i Oslo.

² Sport Event Denmark, VisitDenmark og Wonderful Copenhagen har sammen utformet en samfunnsøkonomisk modell for beregning av ringvirkninger av idretts- og kulturarrangementer (se <http://sporteventdenmark.com/>).

Når det gjelder eventuelle fortrenkning av andre gjester i vertsregionen under SkiVM, dvs. gjester som ellers ville ha benyttet hotellsengene hvis VM gjestene ikke hadde vært der, er denne ikke medregnet. Bortsett fra Holmenkollen Park Hotell, som var utøvernes hotell, hadde ingen av de største hotellene i Oslo fullt belegg. Dvs. at det fremdeles var plass til andre typer gjester. Spørsmålet er også om VM-gjestene er mer interessante enn "vanlige" turister, slik at fortrenkningseffekten uansett er ønsket.

3. Hvordan bidrar VM-arrangementet til økt omsetning, sysselsetting og skatteinngang?

Vi vil i dette kapitlet vise hvordan arrangementet bidrar til økt omsetning, sysselsetting og skatteinngang. Beregningene tar utgangspunkt i Menons modell for beregning av ringvirkninger³, som igjen bygger på tall fra nasjonalregnskapet. For å gi mulighet for å etterprøve forutsetninger og beregninger, viser vi relativt detaljert de ulike stegene i beregningene.

3.1. Arrangementet bidro til økt omsetning

Basert på svarene i spørreundersøkelsen har vi beregnet gjennomsnittlig konsum blant de som hadde kjøpt billetter under arrangementet. Vi finner totalt beregnet konsum ved å multiplisere gjennomsnittlig konsum for ulike publikumssegmenter med det totale antall publikum innen det aktuelle segmentet.

Det ble solgt 270 000 billetter under arrangementet. Konsumet blant disse er godt fanget opp gjennom spørreundersøkelsen. I tillegg til betalende gjester på VM-arenaen var det om lag 300 000 publikum utenfor arenaen. Vi har imidlertid lite informasjon om både konsum og bosted for denne kategorien av publikum. I samråd med VisitOSLO antar vi imidlertid at rundt 75 prosent av disse kom fra Oslo-regionen, dvs. er lokale som dermed ikke skal være med i beregningen. Vi tar dermed med 25 % av disse (dvs. 75 000 personer), og beregner at de har et konsum tilsvarende dagsturistene⁴.

Fra VisitOSLO og arrangøren har vi også fått opplyst at det var til sammen 1600 presse- og mediefolk til stede. Om vi antar at disse var til stede under hele arrangementet, gir dette samlet antall gjestedøgn på 16 000. På den ene side kan dette hevdes å være høyt ettersom flere av pressefolkene trolig kun dekket deler av arrangementet. På den annen side kan det hevdes å være lavt ettersom en del av pressefolkene var tilstede i Oslo i relativt godt tid før arrangementet for å forberede sendinger. Vi mener derfor at et gjennomsnittsopphold på 10 dager i forbindelse med arrangementet derfor er realistisk. I beregninger knyttet til pressefolkernes konsum, har vi tatt som utgangspunkt at de har et forbruk tilsvarende norske tilreisende overnattingsturister.

Politiet har opplyst at det til sammen deltok om lag 600 000 på premieutdelingene i Oslo sentrum i forbindelse med arrangementet. Vi vet imidlertid ikke hvor mange av disse som hadde kjøpt billett, og som vi dermed har fanget opp gjennom spørreundersøkelsen, eller hvor stor andel som er beboere i Oslo-regionen og som vi altså ser bort ifra. Vi har derfor ikke beregnet konsumet blant denne gruppen.

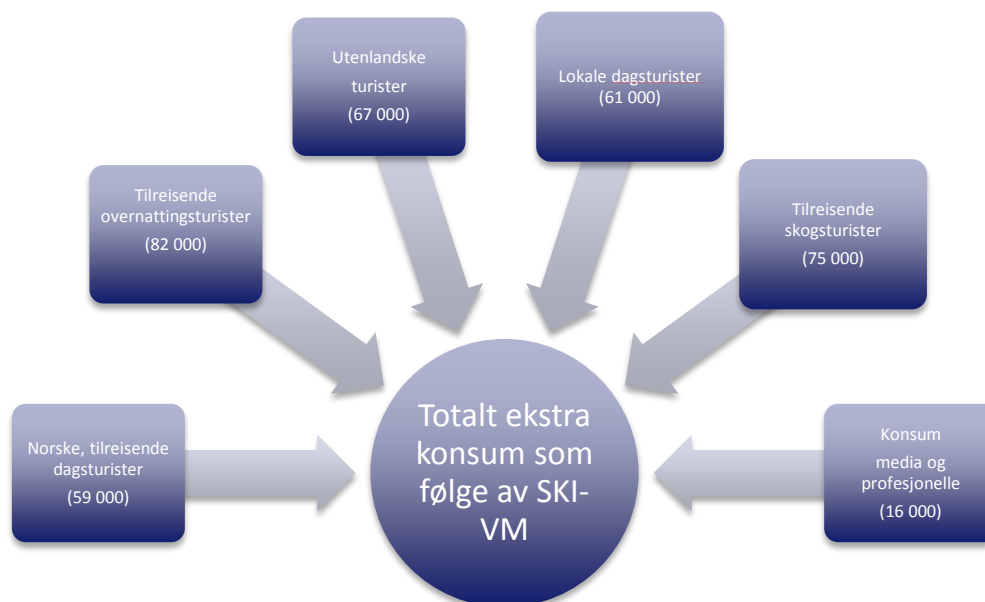
³Menons modell er basert på følgende: a) bygger på nasjonalregnskapstall 2009, b) viser alle stegene i analysen og c) beregner sysselsettingsevne ved å se på forhold mellom omsetning og sysselsetting i aktuelle næringer.

⁴På den ene side kan det hevdes at publikum utenfor arenaen nok hadde et lavere forbruk enn de på arenaen. Flere av dem oppholdt seg i områder hvor det ikke fantes serveringssteder og butikker. På den annen side vet vi imidlertid at flere av publikum utenfor arenaen var hotellgjester som ikke hadde fått tak i billetter. Ettersom overnattingsgjestene naturlig nok har et høyere konsum enn dagsturistene, kan man hevde at estimatet er noe lavt. Vi antar imidlertid at disse effektene utligner hverandre, og at et forbruk tilsvarende gjennomsnittet av dagsturister dermed er et godt mål på disse turistenes gjennomsnittlige konsum.

Vi antar at andelen utlendinger, norske tilreisende dagsturister, norske tilreisende overnattingsturister og norske lokale fordeler seg blant publikum, slik det fordeler seg i utvalget, hhv. 25, 22, 31 og 22 %. Den sistnevnte gruppen, lokale Oslo-boere er ikke med i beregningene.

Antallet i de ulike segmentene vi beregner konsumet til, blir som vist i figur 3-1 nedenfor.

Figur 3-1: Antall turister i ulike segmenter



Vi har opplysninger om ulike segmenters gjennomsnittlige konsum gjennom spørreundersøkelsen. Dette er vist i tabellen nedenfor.

Tabell 3-1: Gjennomsnittlig konsum blant ulike segmenter av VM-turister, på ulike forbrukskategorier (kilde: Menon 2011).

	Antall besøkende (i tusen)	Billett	Hotell og restaurant	Dagligvare (inkl. shopping, utflukt, annet)	Transport	SUM Gj.sn. forbruk pr. segment
Utlendinger	67,2	511	1 251	341	61	2 164
Norske tilreisende overnattingsturister	82,4	538	1 459	458	88	2 543
Norske tilreisende dagsturister	59,2	547	149	262	57	1 015
Presse/media	16,0		1 459	458	88	2 005
Skogsturister	75,0			262	57	319

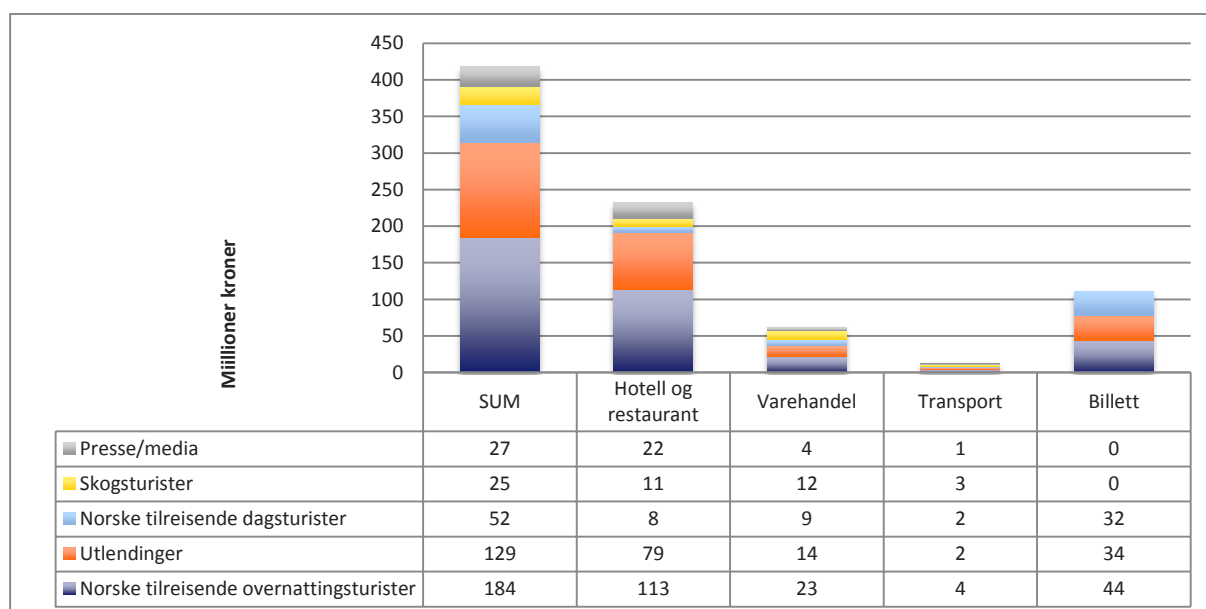
Som det fremgår av tabellen har vi ikke beregnet gjennomsnittlig konsum blant dagsturister fra Oslo-regionen, dvs. lokale besøkende med bosted innenfor t-baneringen. Vi antar at deres forbruk under ski-VM ville tilfalt bedrifter i Oslo-regionen uansett, selv om arrangementet muligens fremskyndet konsumet noe, samt vred det noe i retning av hotell, restaurant og transport. Mot dette kan det selvfølgelig innvendes at arrangementet i

seg selv bidro til at beboere i Oslo-regionen valgte å feriere i Oslo på bekostning av ferier utenfor Oslo. Dette er imidlertid svært vanskelig å beregne, og vi har derfor valgt å se bort ifra effekten. Anslaget på konsum kan på den bakgrunn være noe lavere enn det reelle.

Ikke alt arrangementsrelatert konsum kom bedrifter i Oslo-regionen til gode. Når publikum enten har kjøpt dagligvarer eller kjøpt transporttjenester, er det grunn til å tro at deler av dette konsumet havner utenfor regionen. Det er selvfølgelig umulig å anslå hvor stor denne andelen er. Som en tommelfingerregel vet vi at jo større regionen er, jo lavere vil denne "import-koeffisienten" være. Basert på Aniaras gjennomgang av TØIs ringvirkningsanalyser (2010) (se vedlegg for oversikt), antar vi imidlertid at andelen er på i overkant at 60 prosent for Oslo⁵. Hva angår konsum av hotell- og restauranttjenester antar vi, basert på spørreundersøkelsen, at 94 prosent av dette konsumet skjer innenfor T-baneringen⁶.

Basert på ovenstående kan vi nå beregne totalt arrangementsrelatert konsum i Oslo-regionen som følge av arrangementet. Dette er vist i figuren nedenfor.

Figur 3-2: Ekstra konsum i Oslo-regionene som følge av ski-VM i Oslo fordelt på næring og aktivitet (kilde: Menon 2011)



Det totale arrangementsrelaterte konsumet er beregnet om lag 420 millioner kroner. Av dette er 111 millioner brukt på billetter⁷, 234 millioner innen hotell og restaurant, 62 millioner på varehandel og 12 millioner på transport.

⁵ TØI legger til grunn at en multiplikator for Oslo på 1,6. Dette medfører at 100 millioner i omsetning i hotell- og restaurant genererer 60 millioner i omsetning hos underleverandører i Oslo. Basert på at næringen hotell og restaurant har en inputandel fra andre næringer på 0,36, syner vi imidlertid at en multiplikator på 60 prosent er noe høyt. Vi har derfor lagt til grunn at andelen omsetning som genereres hos underleverandører går frem av SSBs kryssløpstabell, mens TØIs anslag på regional multiplikator gir et godt anslag på for en regionens kapasitet og evne til å levere, altså den regionale importkoeffisienten. Vi finner altså den regionale importkoeffisienten ved å subtrahere 0,6 fra 1.

⁶ Beregningen tar utgangspunkt i at konsumet av hotell- og restauranttjenester følger av overnattingssted. 94 prosent av overnattingsgjestene overnattet i innenfor t-baneringen mens de resterende overnattet utenfor.

⁷ Vi har fått opplyst fra arrangørene at billettinntektene trolig ligger ti prosent høyere. Bakgrunnen for at vi har et lavere anslag skyldes trolig at vi i vår spørreundersøkelse ikke gjorde intervjuer på VIP-arenaen, som altså betalte mer for billettene enn de øvrige tilskuere.

3.2. Arrangementet bidro til økt sysselsetting

For å fremstille varer og tjenester som VM-turistene konsumerte, må bedriftene bruke arbeidskraft. Hvor mye arbeidskraft de bruker avhenger av om det som etterspørres er varer eller tjenester - tjenesteproduksjon krever ofte mer arbeidskraft - samt hvilke typer varer og tjenester som etterspørres. En tommelfingerregel er at jo mer input man får fra andre næringer, jo høyere andel maskiner og annen kapitalvare som er i produksjonen og jo høyere gjennomsnittlig lønn de ansatte i næringen har, jo lavere blir den direkte sysselsettingseffekten. Direkte sysselsettingseffekt som ved kjøp av dagligvarer blir dermed lavere enn ved kjøp av hotell og restauranttjenester.

For å beregne sysselsettingseffekt som følge av ski-VM, har vi benyttet Menons ringvirkningsmodell. Modellen tar utgangspunkt i data fra Statistisk sentralbyrås nasjonalregnskap. Nedenfor vises hvordan vi bruker ulike elementer av nasjonalregnskapet for å beregne henholdsvis direkte og indirekte sysselsettingseffekt.

3.2.1. Direkte sysselsettingseffekt

Økt omsetning i en næring skaper som regel behov for økt sysselsetting, med mindre man klarer å løse oppgavene mer effektivt. Hvor mye omsetning som skal til for å skape et årsverk varierer naturlig nok fra næring til næring, avhengig av, som nevnt, forhold som arbeids- og kapitalintensitet, andel input i produksjonen, lønnskostnader mv.. For å beregne sysselsettingseffekten som følge av ski-VM, knytter vi turistenes konsum til bestemte næringer. Når dette er gjort kan vi finne sysselsettingseffekten ved å dividere økt omsetning med forholdet mellom omsetning og sysselsetting for den aktuelle næringen.

Forholdet mellom omsetning og sysselsetting kan variere mellom ulike regioner. Vi bruker derfor omsetnings- og sysselsettingstall for Oslo. Forholdet mellom omsetning og antall årsverk⁸ innen de tre aktuelle næringene er vist i tabellen under:

Tabell 3-2 Forhold mellom omsetning og sysselsetting i aktuelle næringer (kilde: SSB nasjonalregnskap⁹)

Forhold mellom omsetning og årsverk i millioner	
Hotell og restaurant	1,04
Varehandel	3,26
Transport	1,20

I forrige delkapittel viste vi det VM-relaterte konsumet i Oslo-regionen fordelt på næringene hotell- og restaurant, varehandel og transport. Vi har med utgangspunkt i dette og den ovenstående tabellen beregnet den direkte sysselsettingseffekten. Denne er vist i tabellen nedenfor

⁸ I SSBs og Brønnøysundregistrenes statistikk får vi kun opplyst tall for sysselsetting, omsetning, totale lønnskostnader mv.. Vi får imidlertid ikke opplyst hvor mange av de ansatte som arbeider deltid. Ved å finne gjennomsnittlige lønnskostnader og sammenligne disse med gjennomsnittlige lønnskostnader for årsverk i ulike næringer, finner vi forholdet mellom omsetning og årsverk. Lønnskostnader per årsverk kommer frem i SSBs lønnsstatistikk, som kan lastes ned fra: <http://www.ssb.no/emner/06/05/>

⁹ Statistikken er tilgjengelig på SSBs statistikkbank:

http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=10

Tabell 3-3: Beregning av direkte sysselsettingseffekt regionalt ¹⁰ som følge av ski-VM (kilde: Menon 2011).

	Konsum (mil. NOK)	Forhold mellom omsetning og sysselsetting (mill. NOK)	Sysselsettingseffekt (årsverk)
Hotell og restaurant	233	1,04	224
Varehandel	62	3,20	19
Transport	12	1,26	10
SUM			254

Som det går frem av tabellen har vi beregnet den direkte effekten på sysselsetting av arrangementet til 254 årsverk.

VM-arrangementet varte i 11 dager. Det er ikke grunn til å tro at arrangementet i seg selv bidro til noen varige ansettelsesforhold. Samtidig vet vi at det innenfor de aktuelle næringer er en viss andel ufrivillig deltid. Videre er næringene også preget av flere bedrifter med lav og negativ lønnsomhet. Arrangementet har derfor trolig bidratt til at mange har økt sin stillingsprosent i 2011, samt at arbeidsplassene har blitt sikrere ved at omsetningen har økt.

Vi har ikke beregnet sysselsettingseffekt av billett kjøp. Inntektene fra billettene har blant annet gått til å dekke utgifter til sikkerhet, utarbeidelse av arenaen, transport, kjøp av effekter, bannere mv.. Ettersom vi ikke har oversikt over alle kjøpene kan vi imidlertid ikke beregne effekten. Den direkte sysselsettingseffekt som vi har beregnet ovenfor kan derfor anses å være et minimumsanslag.

3.3. Indirekte virkninger –(kryssløpsffekter)

For å fremstille varer og tjenester må bedrifter, kjøpe varer og tjenester fra andre bedrifter. Omsetning i en næring skaper således grunnlag for sysselsetting i en annen. Hvor stor sysselsettingseffekten hos underleverandører blir, er avhengig av andelen input i den aktuelle bedriften, samt forholdet mellom sysselsetting og omsetning hos underleverandørene.

SSB viser gjennom sine kryssløpstabeller¹¹ norske næringers totale leveranser til hverandre. Ved å summere alle leveranser og dele på omsetningen i den aktuelle næringen, finner vi andel input i den aktuelle næringen. Ved å multiplisere denne koeffisienten med totalt VM-relatert konsum innen næringen, finner vi hvor mye VM-arrangementet genererte av omsetning hos underleverandører. Dette er vist i tabellen nedenfor:

¹⁰ VM-arrangementet bidro til at tilreisende turister brukte penger i Oslo på bekostning av bruk av midlene andre steder. At arrangementet bidro dermed til å øke omsetningen i Oslo på bekostning av omsetning i andre deler av landet. I den grad turistenes konsum har bidratt til økt sysselsetting uten for Oslo, er det kun utlendingens konsum, og kun den delen av dette konsumet som havner hos bedrifter utenfor Oslo-regionen. Vi har beregnet denne effekten til 17 årsverk, inkludert indirekte virkninger. Da virkningen på nasjonalt nivå er relativt marginal sammenlignet med effekten på regionalt nivå, har vi i rapporten konsentrert oss om regionale virkninger.

¹¹ SSBs kryssløpstabeller, eller input-output-tabellene som de også kalles, kan lastes ned fra: <http://www.ssb.no/nr>

Tabell 3-4: Beregning av omsetning hos underleverandører (kilde: Menon 2011, SSB Kryssløpstabell).

	Hotell og restaurant	Varehandel	Transport	SUM
Andel input fra andre næringer i Norge	0,36	0,41	0,35	
Leveranser fra underleverandører	83	26	4	113
Forhold mellom omsetning og sysselsetting (mill. Nok)	1,4	1,4	1,4	1,4
Sysselsettingseffekt	59	18	3	81

Som vist i tabellen er konsum hos underleverandører som følge av arrangementet beregnet til 113 millioner kroner.

Det VM-relaterte konsumet har generert aktivitet i svært mange næringer, dog med ulik styrke. For å beregne sysselsettingseffekt hos underleverandører har vi derfor lagt oss på gjennomsnittet mellom omsetning og sysselsetting for alle norske næringer i Fastlands-Norge. På nasjonal basis er dette forholdet om lag 1 til 1,4 millioner. Vi finner da total sysselsettingseffekt hos underleverandører på 81 årsverk.

Underleverandørene har tilhold i store deler av landet, så vel som i utlandet. Det er derfor vanskelig å beregne hvor stor del av kjøpene fra underleverandører som havner hos underleverandører i Oslo. Vi antar, som tidligere nevnt, en regional multiplikator på 0,6, der lokale tjenesteleveranser er hovedkomponenten. Vi finner da at omsetning og sysselsetting hos underleverandører i Oslo-regionen blir henholdsvis 68 millioner og 49 årsverk.

3.4. Totale virkninger på sysselsetting og konsum som følge av arrangementet

Basert på de tidligere kapitlene, vil vi i dette delkapitlet oppsummere totale virkninger på omsetning og sysselsetting som følge av arrangementet. Tabellen nedenfor oppsummerer direkte og indirekte virkninger på regionalt nivå som følge av arrangementet.

Tabell 3-5: Totalt anslag på omsetnings- og sysselsettingseffekt på regionalt nivå som følge av arrangementet (kilde: Menon).

	Omsetning (mill. NOK)	Sysselsetting
Hotell og restaurant	233	224
Varehandel	62	19
Transport	12	10
Indirekte	68	48
SUM	375	302

Dersom en i regnestykket over også tar omsetning som havner utenfor Oslo-regionen, finner vi at total omsetning var på om lag 420 millioner mens sysselsettingseffekten var på rundt 330 årsverk.

3.5. Arrangementets skatteinnngang

VM i Oslo genererer inntekter til offentlige myndigheter gjennom merverdiavgift (mva.), inntektsskatt, arbeidsgiveravgift og overskuddsskatt. Vi vil nedenfor redegjøre for effekten gjennom de ulike kildene.

Ved beregning av økt offentlig inntekt er det viktig å identifisere det konsumet som har kommet som følge av arrangementet, og som ikke ville ha kommet uten arrangementet. Det er grunn til å tro at konsumet blant norske gjester i all hovedsak ville foregått i Norge, selv uten arrangementet. For å beregne ekstra konsum som følge av arrangementet, har vi derfor kun tatt utgangspunkt i utlendingers konsum.

3.5.1. Beregning av inntekter gjennom merverdiavgift

Ved beregning av merverdiavgift har vi, i tråd med informasjon fra Finansdepartementet¹², lagt til grunn følgende satser for merverdiavgift:

- Overnatting: 8 prosent
- Restaurant: 25 prosent
- Transport: 8 prosent
- Varehandel: 25 prosent
- Billetter: 8 prosent

I figur 2 så vi at utenlandske turister hadde et samlet konsum på 145 millioner under arrangementet. Basert på ovenstående satser og fordeling av deres konsum i tråd med figur 2, finner vi at myndighetenes inntekt som følge av merverdiavgift er rundt 18 millioner kroner.

3.5.2. Beregning av inntektsskatt

For å beregne inntektsskatt og arbeidsgiveravgift må man ha et anslag på sysselsettingseffekten av utlendingers konsum og gjennomsnittlig lønnskostnader i den aktuelle næringen som blir berørt. Basert på dette beregner vi inntektsskatt på 30 prosent av totale lønnskostnader, og arbeidsgiveravgift som 14 prosent av totale lønnskostnader. Fra tidligere delkapitler kjenner vi den regionale sysselsettingseffekten samt den indirekte virkningen av dette. Gjennomsnittlige lønnskostnader er beregnet i SSBs statistikk for gjennomsnittlig lønnskostnader for ulike næringer. Vi kan dermed i tabellen nedenfor beregne økning i statlige inntekter som følge av arrangementet. Beregningen tar utgangspunkt i at den økt etterspørselen etter arbeidskraft ble dekket gjennom ledig kapasitet i arbeidsmarkedet eller gjennom import av arbeidskraft.

¹²Informasjon om dette kan finnes på:

http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/skatter_og_avgifter/merverdiavgift/gjeldende-satser.html?id=558364

Tabell 3-6: Beregning av økt inntektsskatt og arbeidsgiveravgift som følge av arrangementet (kilde: SSB¹³ og Menon 2011)

	Gjennomsnittslønn	Sysselsettingseffekt	Inntektsskatt (i mill. NOK)	Arbeidsgiveravgift (i mill. NOK)
Hotell og restaurant	350 900	76	8,0	3,7
Varehandel	424 710	4	0,5	0,3
Transport	445 280	2	0,3	0,1
Indirekte virkninger	425 920	3	0,3	0,1
SUM		85	9,1	4,3

Som vi ser av tabellen er økt inntektsskatt som følge av arrangementet beregnet til 9,1 millioner, mens økning i arbeidsgiveravgiften er beregnet til 4,3 millioner. Dersom en legger til grunn at økte offentlige inntekter gir økt offentlig tjenesteproduksjon, øker sysselsettingen med mer enn beregningene i rapporten viser.

3.5.3. Overskuddsskatt som følge av arrangementet

Økt omsetning kan naturlig nok også generere økt overskuddsskatt fra selskapene. Vi legger i den forbindelse til grunn at bedriftene skatter 28 prosent av overskuddet. For å beregne overskudd som følge av økt omsetning, tar vi utgangspunkt i de ulike næringenes driftsmargin¹⁴. Driftsmarginen multipliseres deretter med vårt anslag for økt omsetning innen de aktuelle næringer. Av dette illegges selskapet en overskuddsskatt på 28 prosent. Overskuddsskatt for de aktuelle næringer er vist i tabellen nedenfor:

Tabell 3-7: Beregning av økt inntektsskatt som følge av arrangementet (kilde: Menon 2011, SSBs kryssløpstabell).

	Omsetning	Driftsmargin	Overskuddsskatt (i mill. NOK)
Hotell og restaurant	79	0,13	2,8
Varehandel	14	0,06	0,2
Transport	2	0,24	0,2
Indirekte virkninger	35	0,19	1,9
SUM			5,0

Som det fremgår av tabellen er økt inntektsskatt som følge av arrangementet beregnet til 5 millioner kroner.

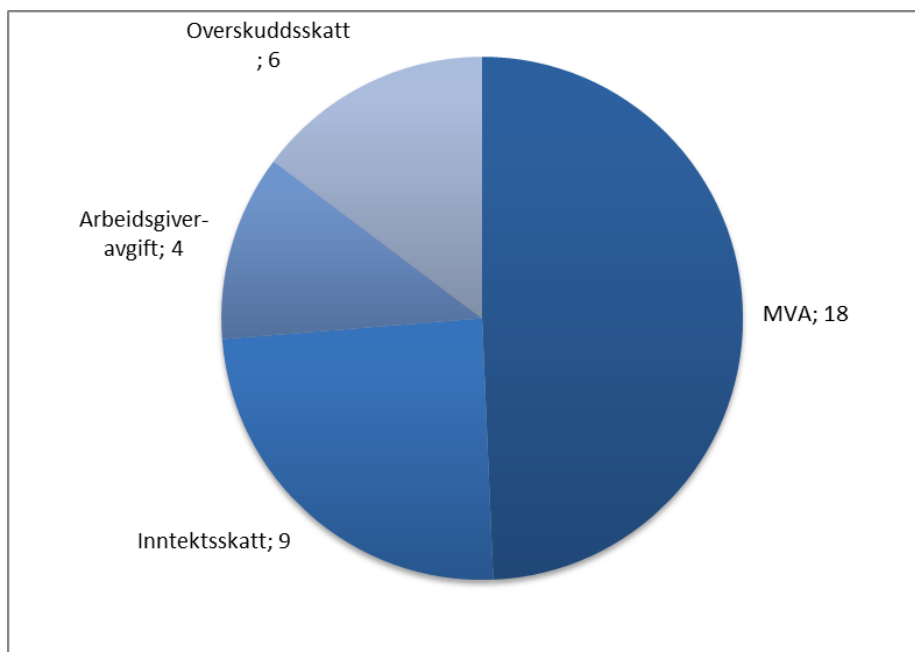
3.5.4. Total økning i offentlige inntekter som følge av arrangementet

Basert på de ovenstående beregninger finner vi en total økning i offentlige inntekter som følge av arrangementet på om lag 37 millioner kroner. Denne fordeler seg på ulike kilder som vist i figuren nedenfor:

¹³ Lønnskostnader per årsverk kommer frem i SSBs lønnsstatistikk, som kan lastes ned fra: <http://www.ssb.no/emner/06/05/>

¹⁴ Driftsmargin er driftsresultat etter avskrivninger, nedskrivninger og finansielle utgifter delt på omsetningen

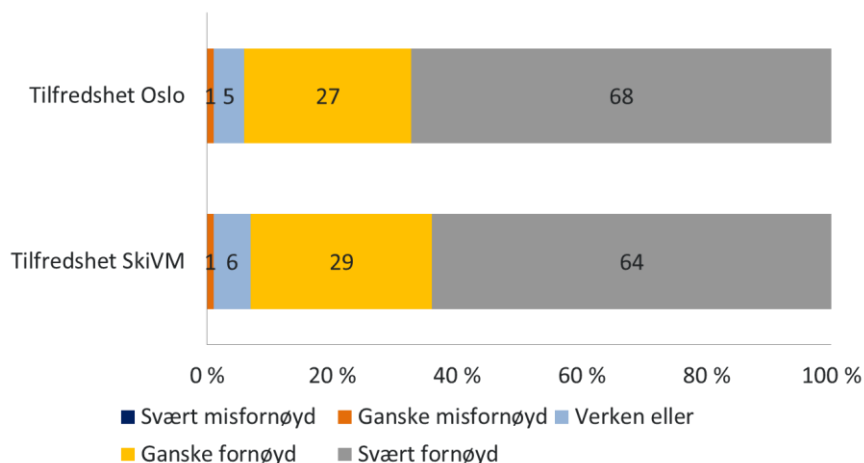
Figur 3-3: Økt offentlig inntekt i millioner som følge av arrangementet fordelt på kilder (kilde: Menon 2011).



4. Tilfredshet med arrangementet

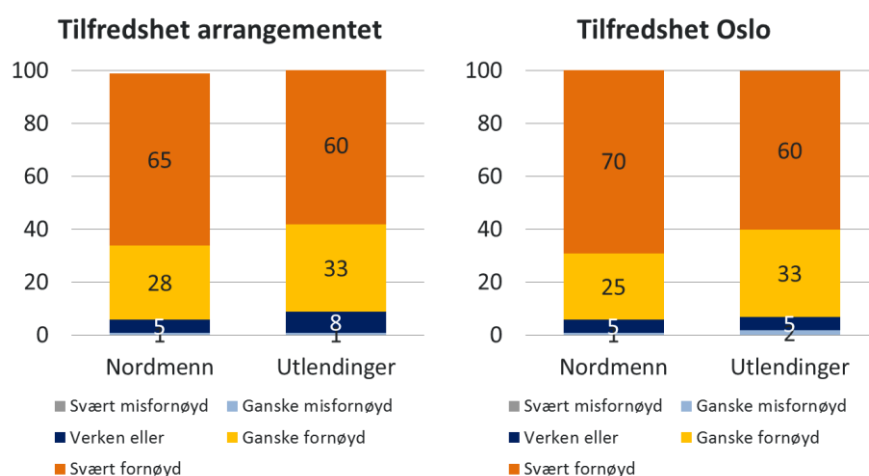
I intervjuet ble det også stilt spørsmål om tilfredshet med arrangementet og med Oslo som vertsby. Resultatene som er gjengitt i figuren under, viser at hhv. 93 og 95 prosent var fornøyd (svært fornøyd og ganske fornøyd) med SkiVM og med Oslo.

Figur 4-1 Tilfredshet med arrangementet og med Oslo som vertsby (kilde: Menon 2011).



Nordmennene var noe mer fornøyd enn utlendingene. Blant nordmennene var det 65 % som var svært fornøyd med arrangementet, mot 60 % blant utlendingene. 70 % av nordmennene var fornøyd med Oslo som arrangementsby, mens 60 % av utlendingene svarer det samme. En mulig forklaring kan være det høye prisnivået i Norge.

Figur 4-2 Tilfredshet, nordmenn vs. utlendinger (kilde: Menon 2011).



4.1. Ønske om gjenbesøk

På spørsmål om man kunne tenke seg å besøke Oslo igjen, svarer hele 94 % at det kunne de tenke seg. Blant utlendingene var denne andelen hele 93 %. Blant utlendingene er det 93 % som ønsker å komme tilbake, og mange svarer at de ønsker å komme tilbake på sommeren.

4 % oppgir spesielt at de ønsker å komme tilbake når det er et arrangement i Oslo.

Figur 4-3 Andel som ønsker å besøke Oslo igjen (kilde: Menon 2011).



4.2. Tilbakemeldinger fra publikum

Det kom svært mange positive tilbakemeldinger. Fra nordmenn kom bl.a. følgende:

- Generelt svært fornøyd!!
- Kjempestemning!
- Fint at t-banen var med i billetten
- Bra med medaljeutdeling i sentrum
- Bra service
- Bra organisering
- Bra barneområder
- God håndtering av transportproblemer

Det kom også konstruktive innspill på forbedringer:

På arenaen:

- Flere storskjermer!
- Flere WC
- Bedre merking generelt
- Bedre utvalg på serveringen
- Flere inngangspunkter

Sentrum:

- Heve skjermene på Universitetsplassen
- Høyere seierspall – slik at alle kan se.
- Tydeligere at det er SkiVM i hele Oslo
- Glatt i Spikersuppa

Logistikk:

- T-banen var katastrofal første helgen - bedre kapasitet på t-banen!
- Måke gangtraseene bedre – vanskelig å gå, spesielt for barn
- Bedre skilting
- Dårlig logistikk på arenaområdet

Positive tilbakemeldinger fra utlendingene var bl.a.:

- Alle er trivelige i Norge; vennlige og hjelpsomme mennesker
- Bra stemning!
- Godt organisert
- Ikke noe hastverk, lugn stemning
- Trivelig by

Innspill på forbedringer fra utlendingene:

- Bedre skilting og kart generelt
 - På engelsk
 - I byen
 - På t-banen
 - På arenaen
- Flere serveringssteder
- Selge flagg fra hele verden
- Bedre oversikt over utøverne

5. Data og referanser

Finansdepartementet (2011): Opplysninger om gjeldende satser for MVA. Tilgjengelig på: http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/skatter_og_avgifter/merverdiavgift/gjeldende-satser.html?id=558364

Statistisk sentralbyrå (2009): Næringsfordelt kryssløpstabell for 2007. Tilgjengelig på: <http://www.ssb.no/nr>

Statistisk sentralbyrå(2011): Lønnsstatistikk for ansatte i ulike næringer: tilgjengelig på: <http://www.ssb.no/emner/06/05/>

Statistisk sentralbyrå: Næringsstatistikken. Opplysninger om forhold mellom omsetning og sysselsetting i utvalgte næringer. Tilgjengelig på: <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default.FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/MenuSelS.asp&SubjectCode=10>

6. Oversikt over figurer

Figur 3-1: Antall turister i ulike segmenter	6
Figur 3-2: Ekstra konsum i Oslo-regionene som følge av ski-VM i Oslo fordelt på næring og aktivitet (kilde: Menon 2011).....	7
Figur 3-3: Økt offentlig inntekt i millioner som følge av arrangementet fordelt på kilder (kilde: Menon 2011)..	13
Figur 4-1 Tilfredshet med arrangementet og med Oslo som vertsby (kilde: Menon 2011).	14
Figur 4-2 Tilfredshet, nordmenn vs. utlendinger (kilde: Menon 2011).....	14
Figur 4-3 Andel som ønsker å besøke Oslo igjen (kilde: Menon 2011).....	15

7. Oversikt over tabeller

Tabell 3-1: Gjennomsnittlig konsum blant ulike segmenter av VM-turister, på ulike forbrukskategorier (kilde: Menon 2011).....	6
Tabell 3-2 Forhold mellom omsetning og sysselsetting i aktuelle næringer (kilde: SSB nasjonalregnskapet).....	8
Tabell 3-3: Beregning av direkte sysselsettingseffekt regionalt som følge av ski-VM (kilde: Menon 2011).....	9
Tabell 3-4: Beregning av omsetning hos underleverandører (kilde: Menon 2011, SSB Kryssløpstabell).	10
Tabell 3-5: Totalt anslag på omsetnings- og sysselsettingseffekt på regionalt nivå som følge av arrangementet (kilde: Menon).....	10
Tabell 3-6: Beregning av økt inntektsskatt og arbeidsgiveravgift som følge av arrangementet (kilde: SSB og Menon 2011).....	12
Tabell 3-7: Beregning av økt inntektsskatt som følge av arrangementet (kilde: Menon 2011, SSBs kryssløpstabell).	12
Tabell 6-1 Multiplikatorer pr. fylke (jf. TØIs ringvirkingsanalyser).....	18

8. Vedlegg

Aniara (2010) sin gjennomgang av TØIs ringvirkingsanalyser for forskjellige fylker i Norge, viser nedenstående multiplikatorer pr. fylke.

Tabell 8-1 Multiplikatorer pr. fylke (jf. TØIs ringvirkingsanalyser)

Fylke	Multiplikator (indirekte effekt av turistenes forbruk)
Finnmark	1,29
Aust-Agder	1,32
Troms	1,32
Østfold	1,37
Vestfold	1,38
Vest-Agder	1,41
Telemark	1,42
Oppland	1,43
Nord-Trøndelag	1,43
Nordland	1,44
Hedmark	1,44
Buskerud	1,45
Oslo	1,6
Gj.sn.	1,41