

Motion till riksdagen 2007/08:N246

av **Annika Carlsson (c)**

Turism för fler jobb och fler i jobb

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att årligen genomföra gränsundersökningar i syfte att få vetskap om utländska besökares konsumtion, volym och intressen.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att ta fram bättre statistikunderlag för turistnäringens betydelse och hur dess utveckling förändras.

Turism för fler jobb och fler i jobb

På Ica Optimisten i Gustavsfors utanför Bengtsfors i norra Dalsland vet man precis hur viktigt det är med turister. För utan alla besökare under sommarhalvåret skulle deras närbutik inte kunna rulla som den gör året om. Det är både bra service för turister, jobb och inkomster för dem som jobbar i butiken och bättre service för de fast boende i området – året om. Optimisten i Gustavsfors är en liten, liten del av världens största industri.

Turismnäringen i Sverige skapar arbetstillfällen och regional utveckling. På senare år har turismnäringen vuxit med nästan 50 000 nya heltidsarbeten sedan 1995, en ökning med nästan 50 %, samtidigt som många traditionellt stora näringar minskat. Totalt bidrar våra utländska besökare med runt 33 miljarder kronor årligen, eller 93 miljoner per dag, till statskassan. I EU beräknas åtta miljoner människor arbeta med turism, och turismsektorn svarar för runt 5 % av både sysselsättning och BNP i EU. Det gör att EU ser turismen som en viktig del av den gemensamma marknaden och bedömer att sektorn kommer att växa under de närmaste åren.

Det är en näring som är mycket sysselsättningsintensiv. Omsättningen per anställd är låg, det krävs inte mer än 1,4 miljoner kronor för att skapa jobb jämfört med fordonsindustrins 3,3 miljoner kronor. Dessutom är det den enda näringen som genererar momsintäkter till staten på export. Besöksnäringen är

Fel! Okänt namn på

viktig för sysselsättningen både lokalt och regionalt. Dessutom har det den fördelen att den inte kan utlokaliseras. Däremot gäller det att finnas med så att fler utländska turister väljer Sverige istället för alla andra lockande alternativ.

För att utveckla turismens potential krävs strategiska insatser på nationell nivå på en mängd områden. En väl fungerande infrastruktur är av avgörande betydelse för turismen. Priser på flyg- och tågresor spelar en avgörande roll om perifera resmål ska ha möjlighet att få underlag till en lönsam turistnäring, så även faktorer som tillgång till mobiltelefon täckning eller bredband. Tillgången på service runt om i landet är också en faktor som spelar roll när man väljer var man ska tillbringa sin semester. För att veta vilka insatser som är prioriterade för denna närings optimering måste vi veta mer. Vem, vad och varför? Vilka beslut och vilka investeringar kan ge mångdubbelt igen? För de svaren krävs undersökningar och statistik för att både nationella, regionala och lokala beslutsfattare ska få bra besluts- och planeringsunderlag – det gäller också företagen inom besöks- och turismnäringen, såklart. Med det lägger vi grunden för fler jobb i hela landet.

Tillväxtpotential

Turismnäringens exportvärde, det vill säga utländska besökarens konsumtion i Sverige, utgör ett viktigt bidrag till Sveriges ekonomi. Med en hemmamarknad på drygt nio miljoner invånare kommer den förväntade tillväxten inom turismnäringen att vara beroende av utlandsmarknaderna. Utmaningen och möjligheten är helt enkelt att lyckas attrahera fler utländska besökare. För att kunna bedriva en effektiv produktutveckling och marknadsföring av Sverige som destination behövs därför löpande undersökningar vid gränserna som bland annat mäter volymer, besökarnas intressen och konsumtionsmönster. Utan goda och färska kunskaper inom dessa områden är det svårt att utveckla våra turistdestinationer.

En gränsundersökning är därmed ett viktigt konkurrensverktyg och används ofta på de destinationer som Sverige konkurrerar med. Data från en löpande gränsundersökning är också en förutsättning för att kunna redovisa turismen och turismnäringens effekter på ekonomi och sysselsättning.

Undersökningen Inkommande besökare i Sverige (Ibis), som byggde på cirka 13 000 intervjuer per år vid elva stora gränspassager, genomfördes när de utländska besökarna lämnade Sverige. Undersökningen genomfördes under åren 2001 och 2002 och avslutades vid halvårsskiftet 2003 varför uppgifter för helåret 2003 byggde på prognosdata. Syftet med undersökningen var att få en god uppfattning om volymer, det vill säga hur många utländska besökare som kom till Sverige, när och varför. Ibisundersökningen genomfördes då av Statistiska centralbyrån till en budget på cirka 4,5 miljoner kronor.

Kronor och ören – inte bara inkvarteringsstatistik

I dag avsätts resurser på både nationell och regional nivå för att främja turismnäringen. Effekterna av dessa insatser är tyvärr svåra att mäta. Därför behövs förutom nationella beräkningar även beräkningar på regional nivå som belyser turismnäringens effekter på ekonomi och sysselsättning. Den statistik som finns idag på lokal och regional nivå är statistik i form av bland annat antalet övernattningar. Men eftersom stora delar av turismnäringen inte erbjuder eller innefattar övernattningar ger detta sätt att mäta inte en fullständig bild över turismnäringens omfattning och bidrag till svensk ekonomi.

Nutek är statistikansvarig myndighet för den officiella turiststatistiken, det vill säga statistik över övernattningar på kommersiella boendeanläggningar. Statistiken produceras på Nuteks uppdrag av Statistiska centralbyrån och har en årlig produktionsbudget på cirka 4 miljoner kronor.

Inkvarteringsstatistiken omfattar boende på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser. Den visar bland annat antal gästnätter, gästens nationalitet, genomsnittlig rumsintäkt, belägningsgrad och utveckling i olika delar av Sverige. Produktionen regleras bland annat i lagen (2001:99) om den officiella statistiken och har pågått sedan 1970-talet. Under 2003 utökades statistiken med data om förmedlade privata stugor och lägenheter. Nu behöver denna statistikinsamling kompletteras genom att man också ser till andra delar av turismnäringens intäkter.

Det sätt som Sverige idag använder för statistik över turismnäringen är trubbigt och behöver utvecklas. Sverige behöver genomföra gränsundersökningar som kan ge ökad förståelse för utländska besökares behov, intressen och bidrag till Sveriges ekonomi. Vi behöver även utveckla ett statistiksystem som också på regional nivå mäter turismnäringens bidrag till Sveriges ekonomi i kronor och ören, precis så som andra näringar mäts, och inte bara i antal gästnätter. Ett sådant uppdrag bör ges till SCB och Nutek som besitter relevant kompetens.

Det finns mängder av argument för att satsa på turismnäringen. Ett av dem är att en utvecklad turism främjar kvinnors företagande. Under hösten 2006 var tre av fyra studenter som studerar turism- och resandevetenskap vid Sveriges universitet och högskolor kvinnor. Samtidigt ligger Sverige lågt i internationella jämförelser över kvinnors företagande, bara var fjärde företagare är kvinna. Tack vare turismen kan många kommuner i landsbygden behålla sina affärer – som t ex Ica Optimisten – nöjen och ha en god kommunal service. Med rätt verktyg och förutsättningar kan landsbygden skapa en blomstrande turismindustri. Statistik som nyligen presenterades av Nutek visar att turismnäringen i Sverige ökade sin totala omsättning med nära 11 procent till drygt 215 miljarder kronor under 2006. Turismnäringens exportvärde, det vill säga vad utländska besökare spenderar i Sverige, ökade med nästan 20 procent och är för andra året i rad större än personbilsexporten. Det är dags att nya dörrar öppnas fler företagare inom turismnäringen leder till jobb, lokal tillväxt och ett stärkt svenskt varumärke.

Fel! Okänt namn på

Stockholm den 2 oktober 2007

Annika Qarlsso (c)