

Hotellmarknadens konjunkturbarometer
Oktober 2019

God lönsamhet men dämpade förväntningar



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Förväntningarna på efterfrågan fortsätter dämpas / 4

Hotellföretagen fortsatt mer positiva än tjänstesektorn / 5

Minskad skillnad mellan förväntningar och utfall / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Färre hotellföretag räknar med ökande försäljningspriser / 7

Hotellföretagens lönsamhet / 8

Högre RevPAR gav positivare syn på lönsamheten / 8

Tydlig koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Hotellföretagen klart nöjdare med lönsamheten än tjänstesektorn / 10

God koppling mellan hotellföretagens syn på lönsamheten och den faktiska lönsamheten / 11

Bristen på personal i hotellbranschen / 12

Stor men sjunkande brist på hotellpersonal / 12

Bristen på personal minskar brett i näringslivet / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

OKTOBER 2019

FORTSATT POSITIV UTVECKLING MEN MINSKAD OPTIMISM

Hotellmarknaden utvecklades starkt under tredje kvartalet 2019 och många hotellföretag var nöjda med sin lönsamhet. Optimismen avseende efterfrågan det närmaste halvåret är fortsatt hög bland hotellföretagen men har dämpats successivt de senaste kvartalen. Förväntningarna på försäljningspriserna det närmaste kvartalet har också dämpats tydligt och är på sin lägsta nivå sedan mitten på 2015.

Det finns en tydlig koppling mellan hur hotellföretagen anger att de har förändrat sina försäljningspriser och hur de ser på sin lönsamhet. Enkelt uttryckt, när hotellföretagen anger att de har höjt sina försäljningspriser är de också nöjda med sin lönsamhet och vice versa. De lägre förväntningarna på försäljningspriserna det närmaste kvartalet indikerar därför att hotellföretagens syn på sin lönsamhet kan komma att bli mer negativ.

Andelen hotellföretag som anger fortsatt stor brist på personal är hög i ett historiskt perspektiv men andelen har minskat tydligt under tredje kvartalet.

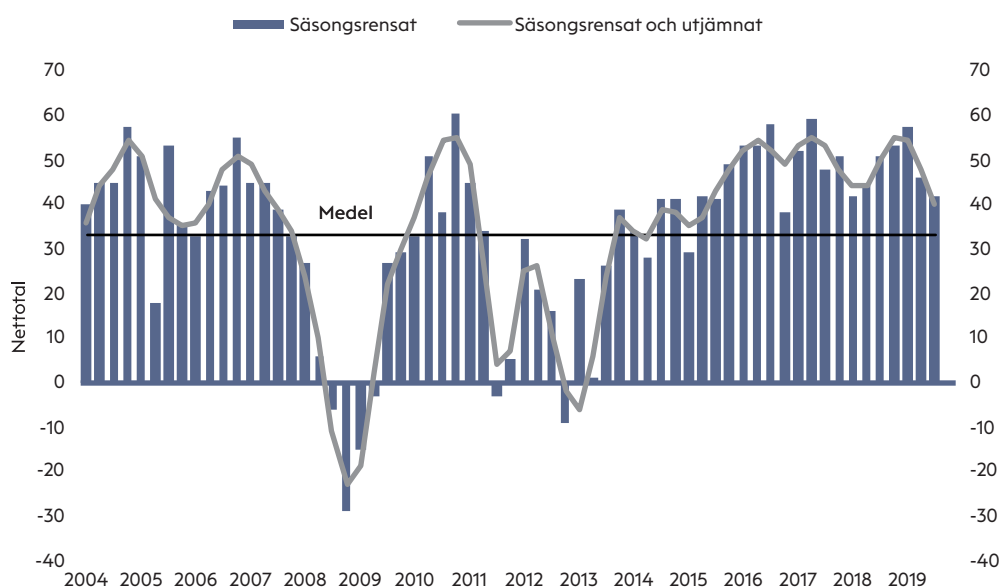
HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

FÖRVÄNTNINGARNA PÅ EFTERFRÅGAN FORTSÄTTER DÄMPAS

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på deras tjänster på sex månaders sikt fortsatte att dämpas under tredje kvartalet 2019, se diagram 1. Det säsongsrensade nettotalet låg på 40, vilket är det lägsta värdet sedan andra kvartalet 2015. Dock ligger värdet fortfarande en bit över det historiska snittet på 33, vilket betyder att det fortfarande är en klart större andel hotell som förväntar sig ökad efterfrågan jämfört med andelen som förväntar sig minskad efterfrågan.

Fram till och med september har dessutom ingen uppbromsning i den faktiska efterfrågetillväxten på den svenska hotellmarknaden kunnat noteras, utan den ligger fortsatt högt i ett historiskt perspektiv. Detta trots allt fler signaler om en vikande allmän ekonomisk konjunktur i landet.

Diagram 1
Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på
6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2019



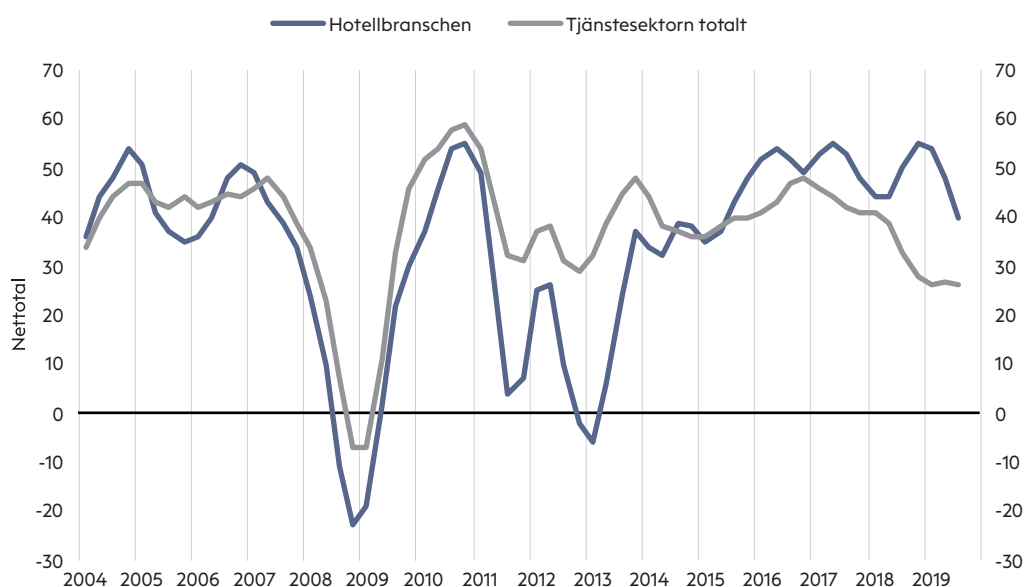
KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)
NETTOTOTAL: NETTOTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT POSITIVA RESPEKTIVE NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR AVSEENDE EFTERFRÅGAN PÅ FÖRETAGENS TJÄNSTER. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL MED POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR ÄN NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR BLAND FÖRETAGEN.

HOTELLFÖRETAGEN FORTSATT MER POSITIVA ÄN TJÄNSTESEKTORN

Hotellföretagen fortsätter att vara mer optimistiska avseende efterfrågan på sex månaders sikt än tjänstesektorn i sin helhet, se diagram 2. Nettotalet för hotellföretagen låg, säsongrensat och utjämnat, på 40, vilket kan jämföras med 26 för tjänstesektorn i sin helhet. Nettotalet för tredje kvartalet för tjänstesektorn ligger, till skillnad från hotellen, klart under det historiska snittet, vilket indikerar ett relativt svagt konjunkturläge för tjänstesektorn i sin helhet.

Omsättningstillväxten i volym i tjänstesektorn har, enligt Tjänsteproduktionsindex, successivt minskat det senaste året. Tillväxttakten på årsbasis har sjunkit från 3,7 procent i juni 2018 till knappt två procent i augusti 2019.

Diagram 2
Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2019, säsongrensat och utjämnat



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)
NETTOTAL: NETTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT POSITIVA RESPEKTIVE NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR AVSEENDE EFTERFRÅGAN PÅ FÖRETAGENS TJÄNSTER. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL MED POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR ÄN NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR BLAND FÖRETAGEN.

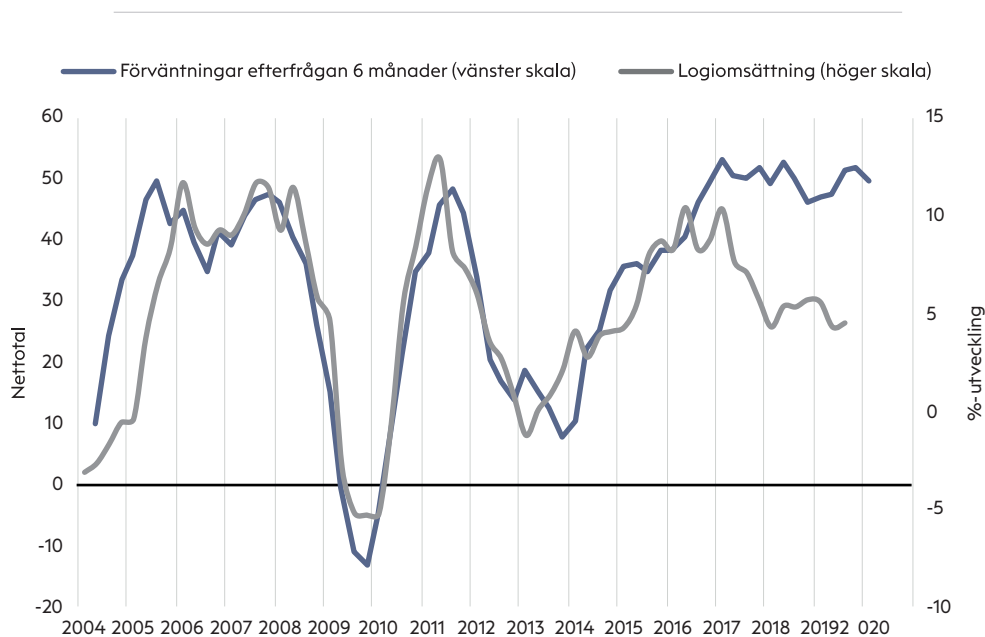
MINSKAD SKILLNAD MELLAN FÖRVÄNTNINGAR OCH UTFALL

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på deras tjänster på sex månaders sikt har historiskt gett en god prognos över utfallet för den faktiska utvecklingen av efterfrågan. I diagram 3 visas dels utvecklingen av nettotalet för hotellens förväntningar på efterfrågan, dels den faktiska procentuella utvecklingen av hotellens logiomsättning (används här som en indirekt variabel för utvecklingen av omsättningen för hotellföretagens tjänster) för de perioder som förväntningarna avser. Värdena för båda variablerna uttrycks som fyra kvartals rullande medelvärden.

Sett över de senaste dryga två åren har dock den goda samvariationen försämrats. Medan hotellföretagens förväntningar legat högt och, utifrån historiska samband, indikerat en utveckling av logiomsättningen på drygt 10 procent det senaste året, har tillväxten i den faktiska logiomsättningen ökat med ungefär 5 procent.

Divergensen mellan hotellföretagens förväntningar och det faktiska utfallet minskade dock något under tredje kvartalet 2019. Det blir viktigt att följa hur sambandet utvecklas framöver. Förhoppningsvis kommer hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på företagens tjänster att fortsätta att ge en god prognos över den faktiska utvecklingen av logiomsättningen på hotellmarknaden.

Diagram 3
Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt
t.o.m. 3:e kvartalet 2019 och faktisk utveckling av logiomsättning
på hotell, 4-kvartals glidande medelvärde



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET) & INKVARTERINGSSTATISTIKEN (TILLVÄXTVERKET/SCB)

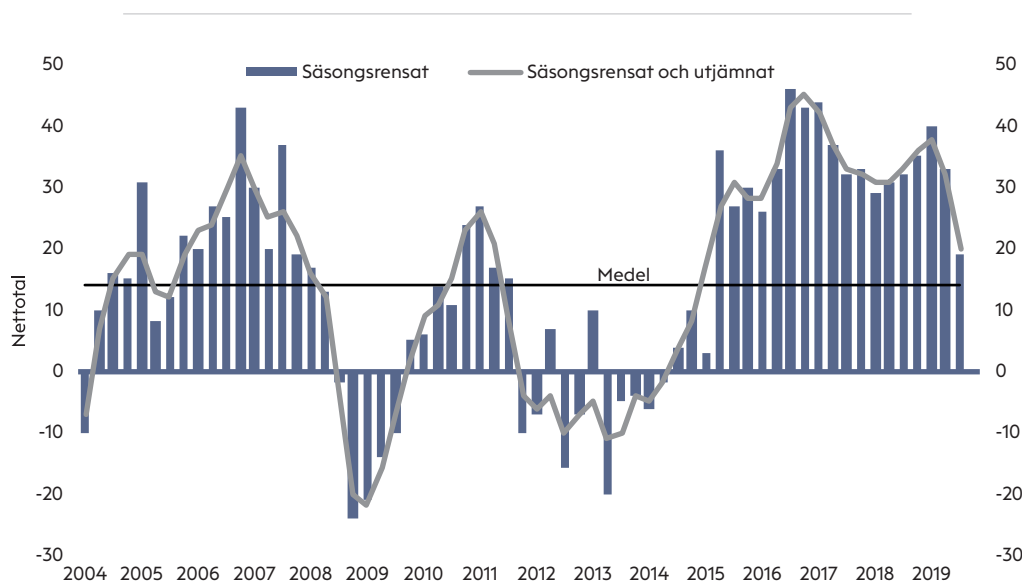
HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

FÄRRE HOTELLFÖRETAG RÄKNAR MED ÖKANDE FÖRSÄLJNINGSPRISER

Den positiva utvecklingen på den svenska hotellmarknaden från 2015 och framåt har inneburit att hotellföretagen har kunnat höja sina försäljningspriser. Fram till början av 2017 så ökade skillnaden kraftigt mellan andelen hotellföretag som angav att de förväntade sig att höja sina försäljningspriser det kommande kvartalet jämfört med andelen som förväntade sig att sänka sina försäljningspriser, se diagram 4. Skillnaden var då den största sedan mätningarna började 2003. Sedan 2017 har dock nettotalet sjunkit men legat över det historiska snittet. Förväntningarna på försäljningspriserna för de kommande tre månaderna sjönk kraftigt från föregående kvartal. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet sjönk från 32 till 20 och är på sin lägsta nivå sedan mitten på 2015.

Historiskt stämmer hotellföretagens förväntningar på utvecklingen av försäljningspriserna väl med vad hotellföretagen anger att utfallet blev. Dock är svängningarna i nettotalet för utfallet större än nettotalet för förväntningarna. Den faktiska procentuella utvecklingen av snittpriset på hotellmarknaden följer också väl nettotalet för utfallet på försäljningspriset som hotellföretagen anger.

Diagram 4
Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på
3 månaders sikt f.o.m. 3:e kvartalet 2019.



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)

NETTOTOTAL: NETTOTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT ATT DE FÖRVÄNAR SIG HÖJDA FÖRSÄLJNINGSPRISER JÄMFÖRT MED ANDELEN SOM FÖRVÄNAR SIG SÄNKAT. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL MED POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR ÄN NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR BLAND FÖRETAGEN.

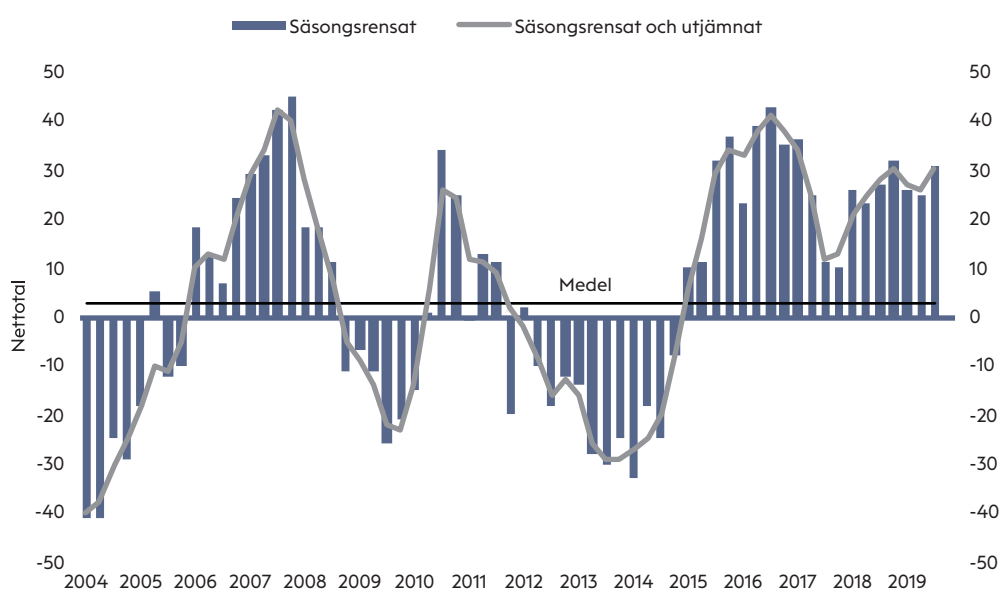
HOTELLFÖRETAGENS LÖNSAMHET

HÖGRE REVPAR GAV POSITIVARE SYN PÅ LÖNSAMHETEN

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten var fortsatt positiv för tredje kvartalet 2019, se diagram 5. Det säsongsrensade nettotalet steg jämfört med andra kvartalet 2019, från 26 till 30. Det är ett värde klart över det historiska snittet på 2. Den positiva utvecklingen på hotellmarknaden med en snabb tillväxt i be- lagda hotellrum och en tydlig förbättring av RevPAR med cirka tre procent under tredje kvartalet är konsistent med hotellföretagens bedömning av lönsamheten.

Kopplingen mellan hotellföretagens bedömning av lönsamheten och den fak- tiska utvecklingen av logiomsättningen under samma period är, som man kan förvänta sig god, dvs. god tillväxt i logiomsättningen ger god lönsamheten.

Diagram 5
Hotellföretagens bedömning av lönsamheten,
nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2019



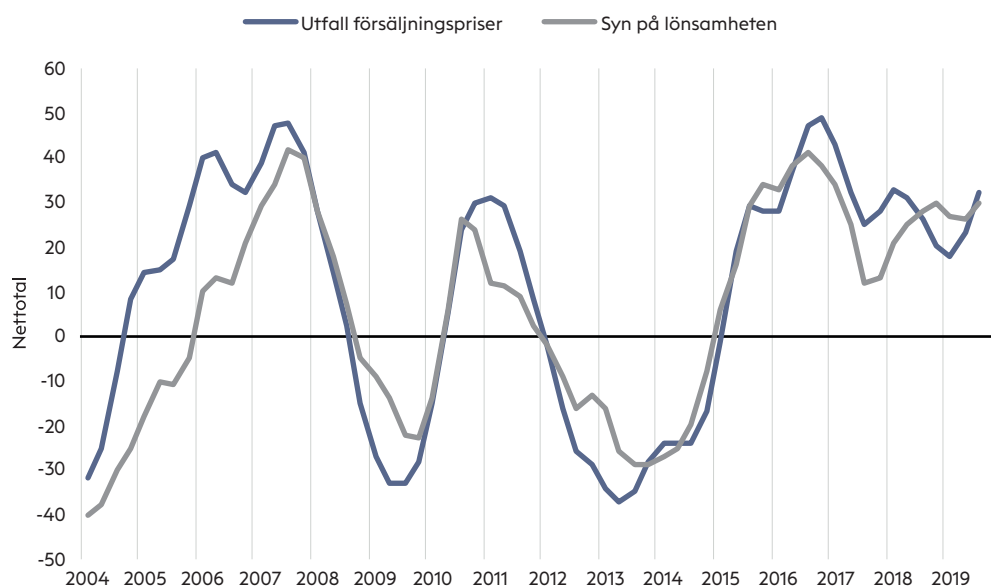
KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)
NETTOTAL: NETTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT BRA RESPEKTIVE DÅLIG
LÖNSAMHET. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL FÖRETAG SOM ANGETT BRA LÖNSAMHET ÄN
SOM ANGETT DÅLIG LÖNSAMHET.

TYDLIG KOPPLING MELLAN PRISUTVECKLING OCH SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN

Det finns en tydlig koppling mellan hur hotellföretagen anger att de har förändrat sina försäljningspriser och hur de ser på sin lönsamhet. Enkelt uttryckt, när hotellföretagen anger att de har höjt sina försäljningspriser är de också nöjda med sin lönsamhet och vice versa. I diagram 6 visas dels utvecklingen av nettotalet för utfallet av hotellens försäljningspriser, dels nettotalet för hotellens syn på lönsamheten. Som diagrammet visar så ju högre nettotal för försäljningspriserna desto högre nettotal för lönsamheten.

I avsnittet om hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på tre månaders sikt sjönk nettotalet kraftigt under tredje kvartalet, dvs skillnaden mellan andelen hotell som förväntar sig höjda försäljningspriser och andelen som förväntar sig sänkta minskade relativt mycket. Om utfallet av försäljningspriserna de närmaste tre månaderna kommer att vara i linje med hotellens förväntningar kan man förvänta sig att hotellens syn på lönsamheten också kommer att bli mer negativ under det sista kvartalet 2019.

Diagram 6
Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras
bedömning av lönsamheten t.o.m. 3:e kvartalet 2019.



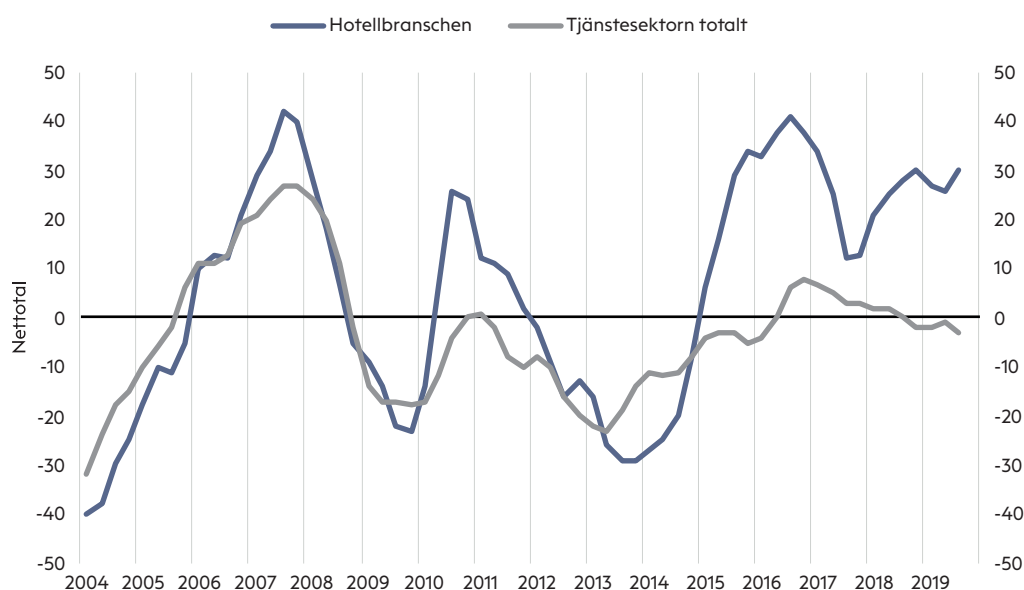
KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET) & INKVARTERINGSSTATISTIKEN
(TILLVÄXTVERKET/SCB).

HOTELLFÖRETAGEN KLART NÖJDARE MED LÖNSAMHETEN ÄN TJÄNSTESEKTORN

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten förbättrades under tredje kvartalet medan den försämrades för företagen i hela tjänstesektorn, se diagram 7. Medan nettotalet för lönsamheten, säsongrensats och utjämnat, för hotellen steg från 26 till 30 mellan andra kvartalet och tredje kvartalet 2019 så sjönk nettotalet för den privata tjänstesektorn till sin lägsta nivå på över tre år. Det är nu fler tjänsteföretag som anger att de har dålig lönsamhet än andelen som anger att de har bra lönsamhet.

Hotellföretagens mer positiva bedömning av lönsamheten betyder inte nödvändigtvis att den faktiska lönsamheten på hotellmarknaden är högre än för tjänstesektorn totalt. Nöjdheten beror på lönsamheten i förhållande till företagets normala lönsamhet. Lönsamheten mätt som rörelsemarginalen ligger relativt stabil runt 7 procent över konjunkturen för tjänstesektorn perioden 2004-2017 medan den fluktuerar betydligt mer med konjunkturen i hotellbranschen och låg under samma period på som lägst 2 procent och som högst på 7 procent.

Diagram 7
Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensats och utjämnat, nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2019.



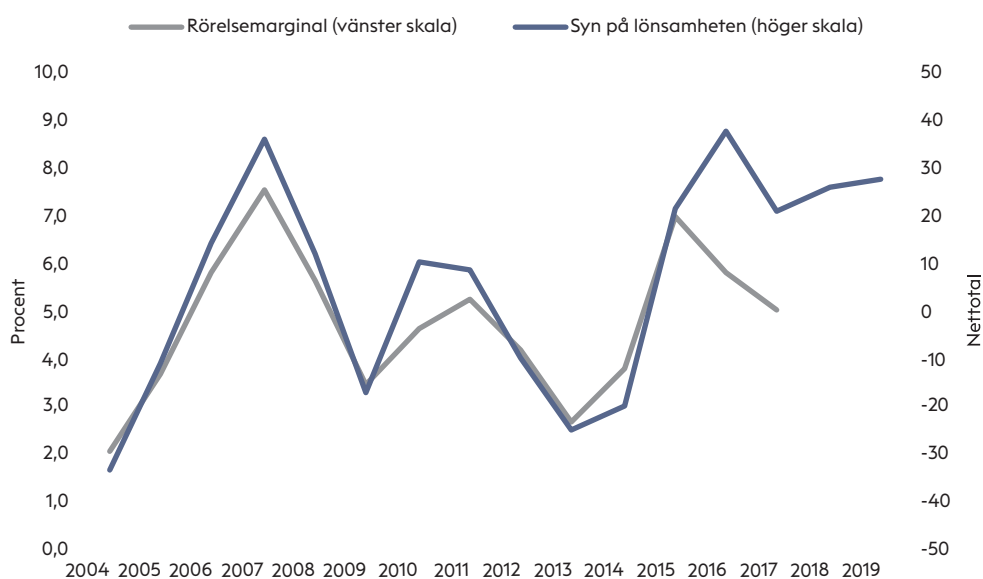
KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)
NETTOTAL: NETTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT BRA RESPEKTIVE DÅLIG LÖNSAMHET. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL FÖRETAG SOM ANGETT BRA LÖNSAMHET ÄN SOM ANGETT DÅLIG LÖNSAMHET.

GOD KOPPLING MELLAN HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN OCH DEN FAKTISKA LÖNSAMHETEN

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, samvarierar väl med den faktiska lönsamheten på hotellmarknaden. I diagram 8 visas dels hotellföretagens bedömning av lönsamheten, dels den faktiska lönsamheten mätt som rörelsemarginalen för hotellmarknaden. På vänster-skalan avläser man rörelsemarginalen i procent och på högerskalan netttotalen för hotellföretagens bedömning av lönsamheten. Historiskt har resultaten för hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, givit en god indikation på faktiska lönsamheten på hotellmarknaden. Sambandet har dock försämrats något de senaste två åren.

Resultaten enligt Konjunkturbarometern för 2018 och tre kvartal 2019 indikerar en rörelsemarginal för hotellmarknaden på mellan sex till åtta procent för båda åren.

Diagram 8
Hotellföretagens bedömning av lönsamheten och den faktiska lönsamheten mätt som rörelsemarginalen¹, årsvärden.



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)

NETTOTAL: NETTOTAL ÄR SKILLNADEN I ANDEL MELLAN DE FÖRETAG SOM HAR SVARAT BRA RESPEKTIVE DÅLIG LÖNSAMHET. ETT VÄRDE ÖVER 0 INDIKERAR STÖRRE ANDEL FÖRETAG SOM ANGETT BRA LÖNSAMHET ÄN SOM ANGETT DÅLIG LÖNSAMHET.

¹RÖRELSEMARGINAL: RÖRELSERESULTATET I PROCENT AV TOTALOMSÄTTNING (RÖRELSERESULTAT: TOTALA INTÄKTER MINUS RÖRELSEKOSTNADER).

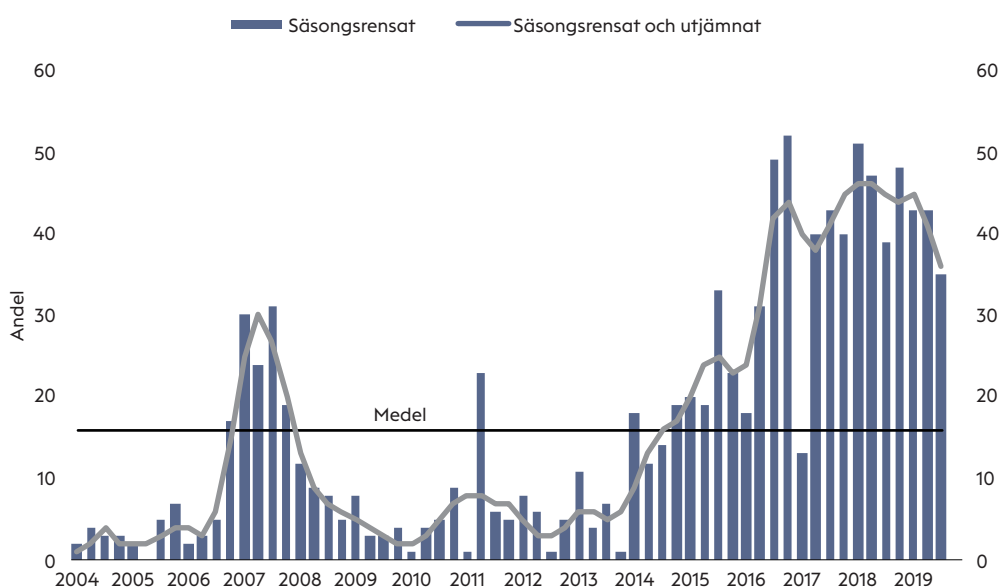
BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

STOR MEN SJUNKANDE BRIST PÅ HOTELLPERSONAL

Bristen på personal i hotellbranschen låg fortsatt högt under tredje kvartalet, se diagram 9. Andelen hotellföretag, säsongrensat och utjämnat, som anger brist på personal sjönk dock under tredje kvartalet jämfört med andra kvartalet, från 41 procent till 36 procent. Nivån var dock fortfarande en bra bit över det historiska snittet på 16.

Med de dämpade förväntningarna på efterfrågan som hotellen ger uttryck för det närmaste halvåret kommer med all sannolikhet bristen på personal att minska i hotellbranschen under samma period.

Diagram 9
Andel hotellföretag som anger brist på personal,
andel t.o.m. 3:e kvartalet 2019



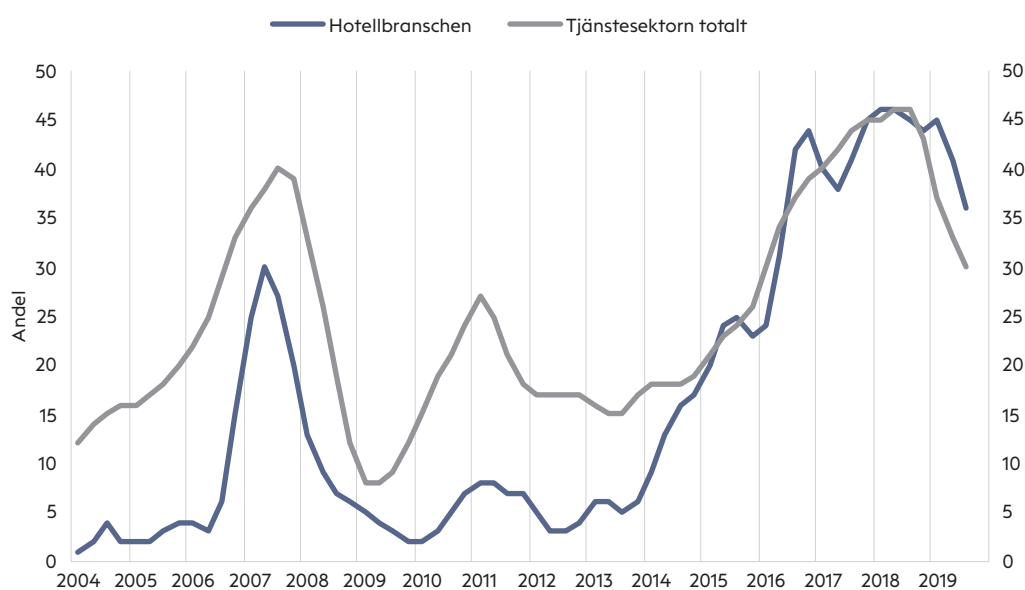
KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)

BRISTEN PÅ PERSONAL MINSKAR BRETT I NÄRINGSLIVET

Även i tjänstesektorn totalt var bristen på personal fortsatt hög under tredje kvartalet i ett historiskt perspektiv. Andel företag som anger brist på personal har dock sjunkit kvartal för kvartal det senaste året, vilket är ett tydligt tecken på en svagare utveckling i den svenska ekonomin.

Andelen hotellföretag som anger brist på personal ligger fortfarande över andelen företag i tjänstesektorn i sin helhet som anger brist. Den säsongsrensade och utjämnade andelen låg under tredje kvartalet 2019 på 36 procent i hotellbranschen medan den låg på 30 procent i tjänstesektorn totalt, se diagram 10.

Diagram 10
Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn totalt som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2019



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)

KONJUNKTURINSTITUTETS KONJUNKTURBAROMETER

Konjunkturinstitutet frågar varje månad svenska företag och hushåll om deras syn på ekonomin. Resultatet sammanställs i rapporten Konjunkturbarometern som ska ge snabba, kvalitativa indikationer om viktiga ekonomiska variabler.

I den här rapporten sammanställs resultaten från det som betecknas som kvartalsbarometern. I undersökningen ingår 164 verksamhetsenheter på hotellföretag där enheterna har minst 20 anställda. I sammanställningen av svaren är företagens svar viktade efter storlek där storleken utgörs av antalet anställda.

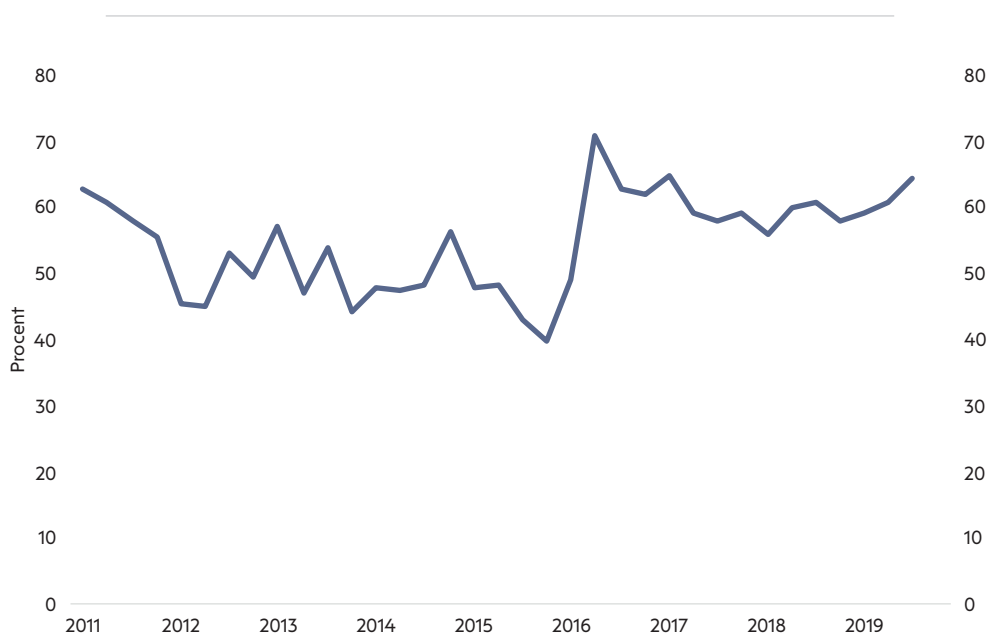
De fem frågor som det presenteras svar på i denna rapport är:

FRÅGA	SVARSALTERNATIV		
EFTERFRÅGAN PÅ FÖRETAGETS TJÄNSTER VÄNTAS PÅ 6 MÅNADERS SIKT	ÖKA	OFÖRÄNDRAT	MINSKA
FÖRSÄLJNINGSPRISERNA VÄNTAS DE NÄRMASTE 3 MÅNADERNA	ÖKA	OFÖRÄNDRAT	MINSKA
FÖRSÄLJNINGSPRISERNA HAR DE SENASTE 3 MÅNADERNA	ÖKAT	OFÖRÄNDADE	MINSKAT
LÖNSAMHETEN ÄR FÖR NÄRVARANDE	GOD	TILLFREDSSTÄLLANDE	DÅLIG
HAR FÖRETAGET FÖR NÄRVARANDE BRIST PÅ PERSONAL	JA	NEJ	

Svaren på de flesta frågorna presenteras med så kallade netttotal. Nettotalen definieras som skillnaden i andel mellan de företag som har svarat positivt respektive negativt. Ett värde över 0 indikerar större andel positiva än negativa och tvärtom.

I diagram 11 visas hur svarsfrekvensen bland hotellföretagen har utvecklats över tiden. Svarsfrekvensen finns bara redovisad fr.o.m. andra kvartalet 2010. Det som redovisas i diagrammet är den genomsnittliga svarsfrekvensen för de frågor som redovisas i denna rapport. Som framgår av diagrammet har svarsfrekvensen de senaste tre åren legat runt 60 procent. Det betyder att svaren under den perioden är baserad på runt 100 verksamhetsenheter i hotellbranschen.

Diagram 11
Svarsfrekvens hotellföretagen, t.o.m. 3:e kvartalet 2019



KÄLLA: KONJUNKTURBAROMETERN KVARTAL (KONJUNKTURINSTITUTET)