

No 2

20 NOVEMBER 2021

VI DELAR
AKTUELLA
SPANINGAR
& INSIKTER

HOTEL MARKET

Insight



BJÖRN ARNEK
CHIEF ECONOMIST
ANNORDIA

HAR PRIVATGÄSTERNAS BETYDELSE FÖR HOTELLMARKNADENS TILLVÄXT VARIT ÖVERSKATTAD?

Efterfrågan från privatgäster har, enligt den officiella statistiken, stått för cirka 75 procent av hotellmarknadens starka tillväxt mellan 2010 och 2019. Kan utvecklingen verifieras eller kan det redovisade bidraget till tillväxten vara överskattat?

Under perioden 2010 till 2019 var tillväxten på den svenska hotellmarknaden historiskt hög med en genomsnittlig årlig ökning av belagda hotellrum på 3,7 procent per år. I den offentliga hotellstatistiken redovisas att cirka 75 procent av tillväxten kom från ökad efterfrågan från privatgäster. Konsekvensen blev att privatgästernas andel av belagda rum ökade från 37 procent till 48 procent.

Samtidigt har den redovisade tillväxttakten för affärsgäster sjunkit under samma period och segmentets andel av belagda rum har sjunkit från 51 procent till 43 procent. Detta innebär en stor strukturell förändring i efterfrågan på hotellrum som redovisas och som kommer att ha betydelse för utformningen av hotelltjänster och investeringar i hotellnäringen framöver.

DET FINNS VISS OSÄKERHET KRING HOTELLENS REDOVISNING AV KUNDSEGMENT

Mot den bakgrunden är det viktigt att vi kan lita på att efterfrågan från privatsegmentet faktiskt ökat på det sätt som hotellens redovisning visar fram till 2019. Det finns anledning att vara något osäker kring kvaliteten på redovisningen av flera skäl.

Det mest grundläggande skälet är att hotellen inte alltid vet om gästen som bor på hotellen gör det kopplat till sitt arbete eller av privata skäl. Att allt fler bokningar exempelvis går via s.k. OTA:er¹ är en utveckling som sannolikt gjort det svårare för hotellen att veta skälet till vistelsen. Initialt kom bokningar via OTA:er nästan uteslutande från privatresenärer medan fler och fler affärsresenärer under senare år valt att boka sina hotellrum via dessa bokningskanaler. En hypotes är att hotellen, på grund av det tidigare mönstret, fortsatt att anta att privatsegmentet står för bokningar via OTA:erna.

Ett annat skäl kan vara att även om hotellet faktiskt vet av vilka anledningar gästerna bor där är det inte säkert att de för statistik över det på ett bra och konsekvent sätt.

¹OTA: Online Travel Agency

Även hur rapporteringen av statistiken till SCB går till ger anledning till viss försiktighet vid tolkningen av data. Rapporteringen av belagda rum från olika kundgrupper sker inte i antal utan hotellen rapporterar i stället hur de belagda rummen procentuellt fördelar sig mellan olika kundgrupper. Instruktionerna kring hur klassificeringen av olika kundgrupper ska göras är dessutom övergripande och kan tolkas på olika sätt.

GÄSTKVOTEN SAMVARIERAR MED PRIVATANDELEN

Går det att pröva tillförlitligheten i den redovisade statistiken med utgångspunkt från andra delar av hotellstatistiken där kvaliteten och tillförlitligheten kring de redovisade uppgifterna kan antas vara högre?

Det finns åtminstone en statistisk variabel som borde uppvisa samma utvecklingstendenser som ökningen av belagda hotellrum av privatresenärer. Det är den s.k. gästkvoten som visar hur många personer som i genomsnitt bor på de belagda hotellrummen. Logiken med kopplingen till gästkvoten är att eftersom en person som reser i arbetet oftast bor ensam på hotellrummet medan personer som reser privat ofta bor två eller fler på rummet, bör kvoten öka om andel belagda rum av privatgästerna ökar. Den logiken stöds av att gästkvoten skiljer sig väsentligt mellan veckans dagar. Under vardagarna då det är en stor andel affärsgäster på hotellen är gästkvoten låg medan den under helgerna då det är en stor andel privatgäster på hotellen är hög, se diagram 1.

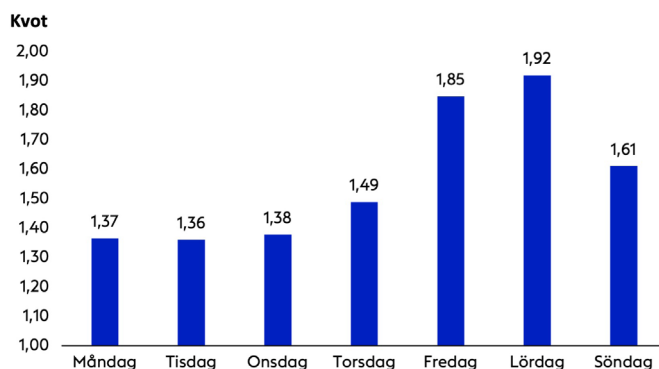


Diagram 1. Den genomsnittliga gästkvoten per dag på den svenska hotellmarknaden 2019.

Källa: Tillväxtverket/SCB, bearbetning Annordia

Denna variabel är baserad på statistiska uppgifter från hotellen som vi bedömer generellt håller hög kvalitet. Hur förhåller sig då utvecklingen av denna variabel mot den redovisade ökningen av andelen belagda hotellrum av privatgäster på hotellen i Sverige?

STARKT SAMBAND MELLAN TILLVÄXT AV GÄSTKVOTEN RESPEKTIVE PRIVATSEGMENTETS ANDEL FRAM TILL 2016

I diagram 2 visas utvecklingen av andelen belagda hotellrum av privatgäster och utvecklingen av gästkvoten på den svenska hotellmarknaden perioden 2010-2020. Som diagrammet visar sker en tillväxt av båda variablerna under den undersökta perioden. Sambandet i utvecklingen mellan de två variablerna var mycket tydligt från 2010 fram till 2016.

Från 2016 till 2019 bryts dock sambandet när den redovisade andelen rum belagda av privatgäster fortsatte att öka medan den redovisade gästkvoten i det närmaste var oförändrad. Den förändring som sker efter 2016 kan bero på i huvudsak två saker eller en kombination av båda. Den första är att gästkvoten för olika kundsegment har ändrats, exempelvis att privatgästerna i genomsnitt bor färre på rummen än tidigare efter 2016. Den andra förklaringen är att den faktiska ökningen av belagda rum av privatgäster var lägre än den redovisade.

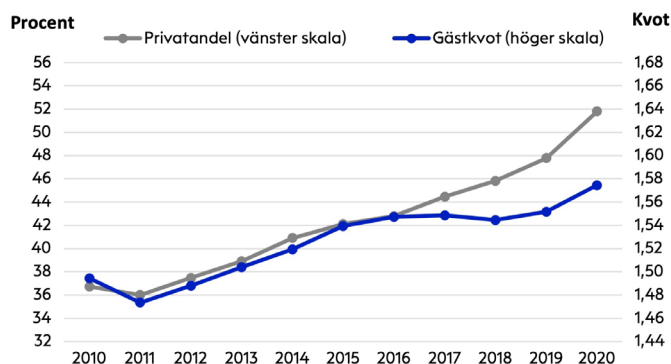


Diagram 2. Utvecklingen av andelen belagda hotellrum av privatgäster och gästkvoten perioden 2010-2020 på den svenska hotellmarknaden.

Källa: Tillväxtverket/SCB, bearbetning Annordia

Om vi antar att gästkvoten för de olika kundsegmenten inte har ändrats efter 2016 så skulle det betyda att belagda hotellrum av privatsegmentet är överskattad. I stället för redovisade 75 procent av tillväxten i belagda hotellrum perioden 2010-2019 skulle privatsegmentet stått för drygt 60 procent. Den är en skillnad i den ökade efterfrågan från segmentet med en dryg miljon belagda hotellrum. Det skulle samtidigt betyda att tillväxten i efterfrågan från affärsgäster har varit underskattad under perioden och i stället för en tillväxt på i genomsnitt 2 procent per år haft en tillväxt på i genomsnitt 3 procent per år.

”Från 2016 till 2019 bryts dock sambandet när den redovisade andelen rum belagda av privatgäster fortsatte att öka medan den redovisade gästkvoten i det närmaste var oförändrad.”

Notera att utvecklingen under 2020 visar en tydlig ökning av såväl den redovisade andelen privatgäster som den redovisade gästkvoten. Det är dock inte en konsekvens av ökad efterfrågan från privatsegmentet utan en konsekvens av det faktum att efterfrågan från andra kundsegment, inte minst gäster kopplade till övernattningskonferenser, minskat mer än efterfrågan från privatsegmentet under pandemin.

PRIVATSEGMENTETS TILLVÄXT HAR SANNOLIKT VARIT NÅGOT ÖVERSKATTAD UNDER PERIODEN 2016-2019

Sammanfattningsvis är det otvetydigt att efterfrågan från privatsegmentet ökat kraftigt under perioden 2011 till 2019. Huruvida segmentet stått för 75 procent av den totala tillväxten är dock mer osäkert. Om gästkvoten varit oförändrad från 2016 till 2019 pekar det på en överskattning av den redovisade tillväxten i efterfrågan från privatsegmentet. Vår bedömning är att det är lite som talar för att det skulle skett annat än marginella förändringar i gästkvoterna.

Slutsatsen blir, mot den bakgrunden, att tillväxten för privatsegmentet sannolikt är något lägre än 5,5 miljoner belagda hotellrum som redovisas och att det är tillväxten perioden 2016 till 2019 som är överskattad. Det betyder samtidigt att efterfrågan från affärssegmentet sannolikt har varit underskattad från 2016 till 2019. Detta är viktig information att ha med sig när utformningen av hotelltjänster och investeringar i hotellnäringen ska göras framöver.