

Hotellmarknadens konjunkturbarometer
3:e kvartalet 2022

Sänkta förväntningar på efterfrågan och prisutveckling

November 2022



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Negativa förväntningar på efterfrågan / 4

Lägre förväntningar i tjänstesektorn / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

1 av 4 hotellföretag förväntar sig höjda priser på hotelltjänster / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Sämre lönsamhet i hotellbranschen / 8

Tydlig koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Sämre lönsamhet i tjänstesektorn / 10

Starkt samband mellan hotellföretagens syn på lönsamheten och den faktiska lönsamheten / 11

Bristen på personal i hotellbranschen / 12

Minskad personalbrist bland hotellföretag / 12

Även tjänsteföretagen anger en avmattning i personalbristen / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

EFTERFRÅGAN PÅ HOTELL FORTSATT HÖGRE ÄN INNAN PANDEMIN MEN FRAMTIDSFÖRVÄNTNINGARNA HAR DÄMPATS

Under det tredje kvartalet 2022 var efterfrågan på hotellrum i Sverige fortsatt stark. Belagda rum var 5 procent högre och det genomsnittliga hotellrumspriset 16 procent högre än under motsvarande period 2019. Trots den goda utvecklingen har hotellföretagen blivit allt mer pessimistiska om framtiden. Bland annat angav 5 av 10 hotellföretag att de förväntar sig en minskning av efterfrågan på deras tjänster nästkommande sex månader och endast 1 av 4 hotellföretag förväntar sig höjda priser på hotelltjänster på tre månaders sikt.

Man får dock ha i åtanke att de sänkta förväntningarna kommer från ett läge där efterfrågan på hotellrum och hotellrumspriset är på en hög nivå sedan hotellmarknadens kraftiga återhämtning efter pandemin. Fortsättningsvis kan denna nedgång härledas till den nuvarande makroekonomiska situationen med ett osäkert konjunkturläge. Redan under detta kvartal har dock andelen företag med dålig lönsamhet ökat, från 8 till 15 procent jämfört med föregående kvartal.

Endast 2 av 10 hotellföretag angav att de beräknar att öka antalet anställda på tre månaders sikt, vilket bidragit till att den upplevda personalbristen minskat. Denna utveckling kan också till viss del härledas till hotellföretagens sänkta framtidsförväntningar.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

NEGATIVA FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

Den starka utvecklingen av efterfrågan på hotellrum som uppvisades under det andra kvartalet 2022 har fortsatt under det tredje kvartalet. Belagda rum på hotellmarknaden i Sverige var 24 procent högre under det tredje kvartalet i år jämfört med motsvarande period 2021, och 5 procent högre jämfört med 2019. Trots den goda utvecklingen har hotellföretagen blivit allt mer pessimistiska om framtida efterfrågan.

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på sex månaders sikt är negativa för första gången sedan Covid-19 pandemins utbrott under det första kvartalet 2020. Det säsongsrensade nettotalet föll under föregående kvartal från drygt 70 ner till 18, och har detta kvartal fallit ytterligare till -16. Knappt hälften av hotellföretagen tror på minskad efterfrågan under kommande sex månader.

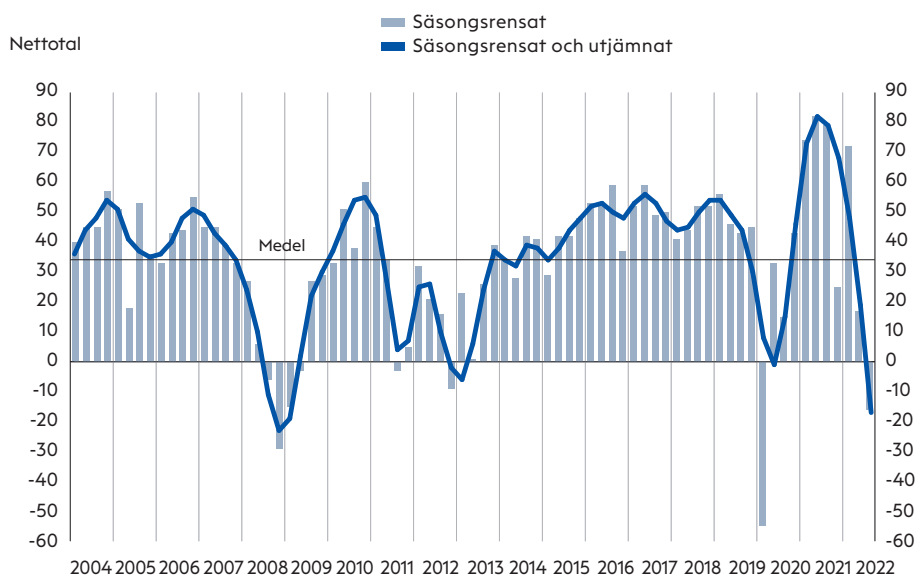


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal 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.

LÄGRE FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN I TJÄNSTESEKTORN

Tjänstesektorn som helhet har med god marginal återhämtat sig från Covid-19 pandemin, men det osäkra makroekonomiska läget har sänkt tjänsteföretagens förväntningar på den framtida efterfrågan på sex månaders sikt. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet föll till 9 under det tredje kvartalet, vilket är historiskt lågt och nära de låga nivåer som uppmättes i början av pandemin. Tjänsteföretagens förväntningar har därmed minskat kraftigt under de två senaste kvartalen.

Drygt 2 av 10 företag förväntar sig en nedgång i efterfrågan nästkommande sex månader, jämfört med 3 av 10 som bedömer att efterfrågan kommer öka. Mot denna bakgrund är den närliggande framtiden för tjänstesektorn oviss, men den nuvarande trenden pekar mot en lägre tillväxt i efterfrågan.

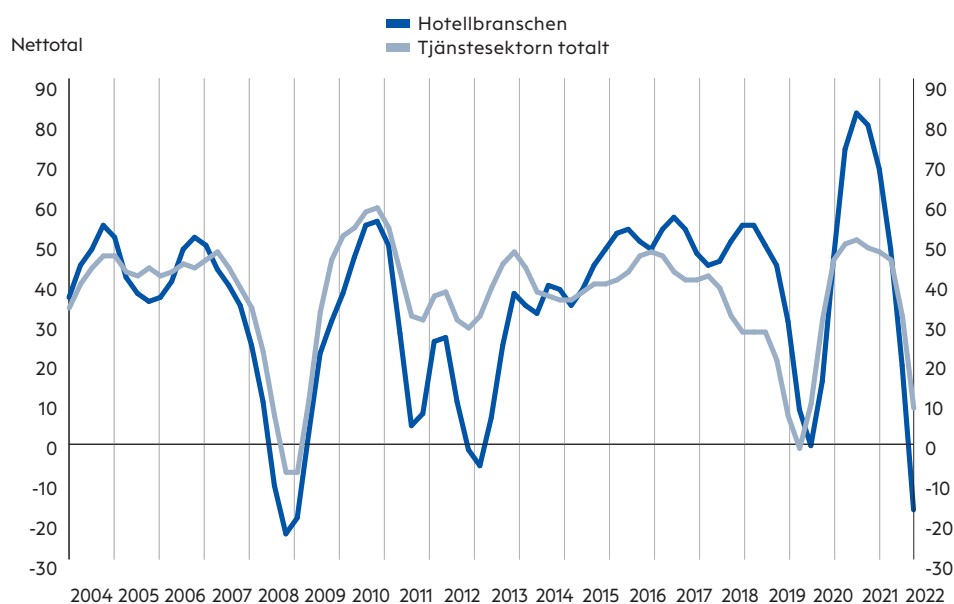


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2022, säsongsrensade och utjämnade.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Nettotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat positiva respektive negativa förväntningar avseende efterfrågan på företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

HOTELLENS FÖRVÄNTNINGAR GER NORMALT EN GOD PROGNOSES

Hotellföretagens förväntningar för framtida efterfrågan på sina tjänster på sex månaders sikt har historiskt givit 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.

Förväntningarna på efterfrågan på sex månaders sikt började dämpas under föregående kvartal, vilket har fortsatt under det tredje kvartalet. Detta kvartal har även tillväxten i den faktiska logiomsättningen dämpats, vilket gjort att sambandet mellan den förväntade framtida efterfrågan och den faktiska utvecklingen av logiomsättningen blivit tydligare.

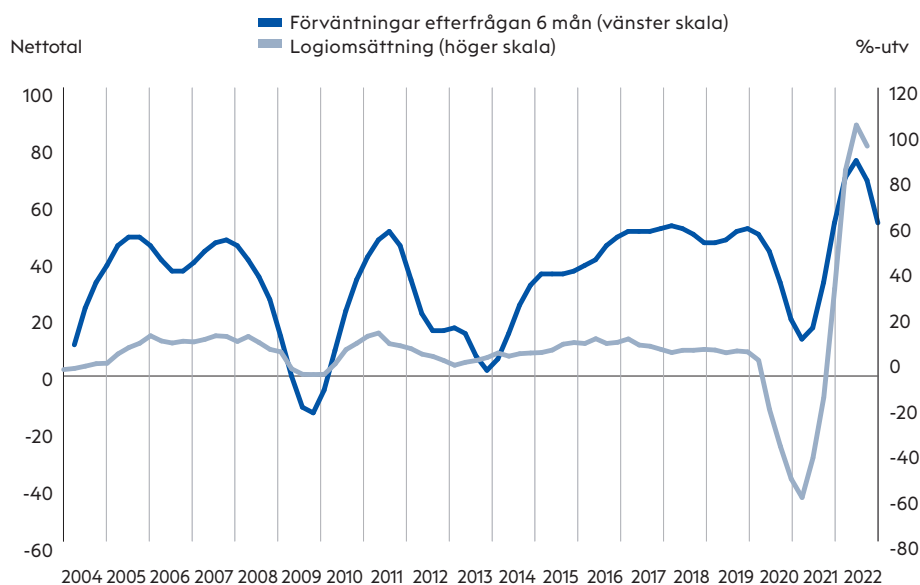


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2022 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet) & Inkvarteringsstatistiken (Tillväxtverket/SCB).

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

1 AV 4 HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG HÖJDA PRISER PÅ HOTELLTJÄNSTER

Det genomsnittliga hotellrumspriset på den svenska hotellmarknaden under det tredje kvartalet 2022 uppgick till 1 219 kronor, vilket var 16 procent högre än under motsvarande period 2019, året innan pandemin.

Den fortsatta nedgången av hotellens förväntningar på efterfrågan under det tredje kvartalet har gått hand i hand med prisförväntningarna som också dämpats. Under det andra kvartalet förväntade sig drygt 2 av 4 hotellföretag höjda priser på hotelltjänster, men nu har den andelen minskat till 1 av 4 hotellföretag. Nettotalet har därmed fallit från 32 till 3 och är således under det historiska medelvärdet. Man bör dock ha i åtanke att prisförväntningarna har dämpats från en redan hög nivå på hotellrumspriset.

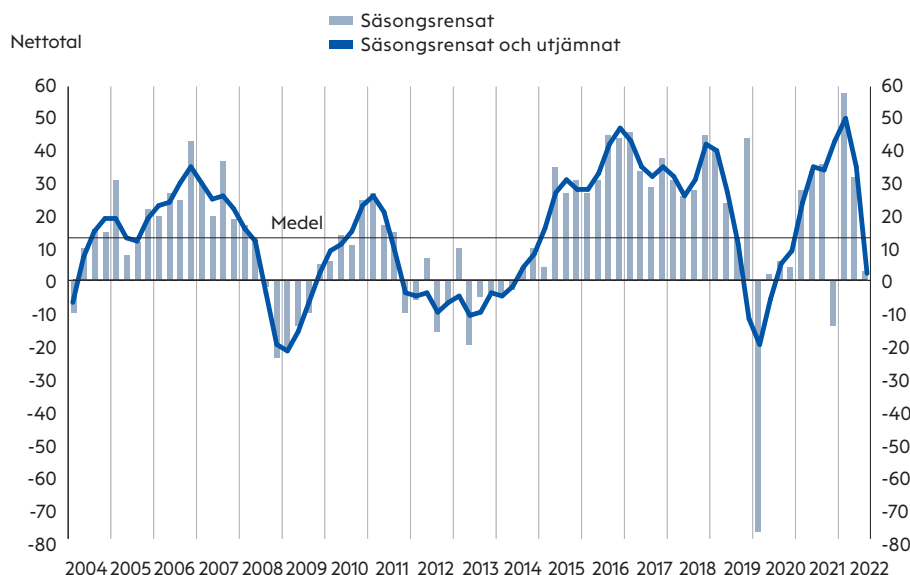


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Nettotal är skillnaden i andel mellan de företag som har svarat att de förväntar sig höjda försäljningspriser jämfört med andelen som förväntar sig sänkta. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN

SÄMRE LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Trots att efterfrågan på hotellrum ökade under det tredje kvartalet har hotellföretagens syn på den egna lönsamheten försämrats. Under detta kvartal har 15 procent av hotellföretagen uppgett att de har dålig lönsamhet, vilket är en ökning från 8 procent under det föregående kvartalet. Under både kvartal 2 och 3 uppgav 40 procent av hotellföretagen att de hade god lönsamhet.

Eftersom en minoritet av hotellföretagen uppgav att de hade god lönsamhet föll det säsongsrensade nettotalet till -4. Därmed bröts trendbrottet från det föregående kvartalet som noterade det första positiva nettotalet på över två år. Med hänsyn till hotellföretagens dämpade förväntningar på framtida efterfrågan och hotellrumspriser, kommer troligtvis fler hotellföretag framöver att uppge att de har dålig lönsamhet.

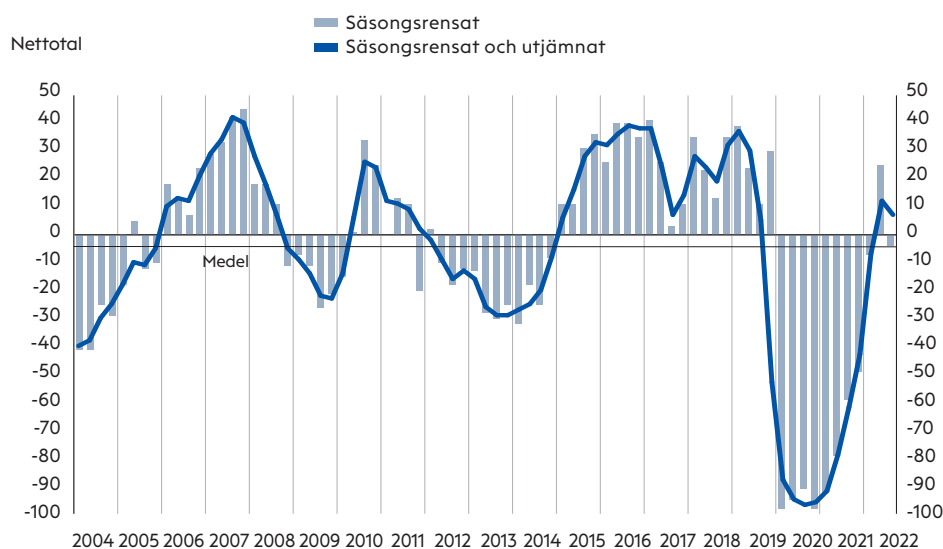


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: Netttotal 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 mer 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, ju högre nettotal för försäljningspriserna desto högre nettotal för lönsamheten och tvärtom.

De dämpade förväntningarna på prisutvecklingen i hotellbranschen som redovisades i diagram 4 kommer, mot den här bakgrunden, att tynga lönsamheten under det fjärde kvartalet 2022.

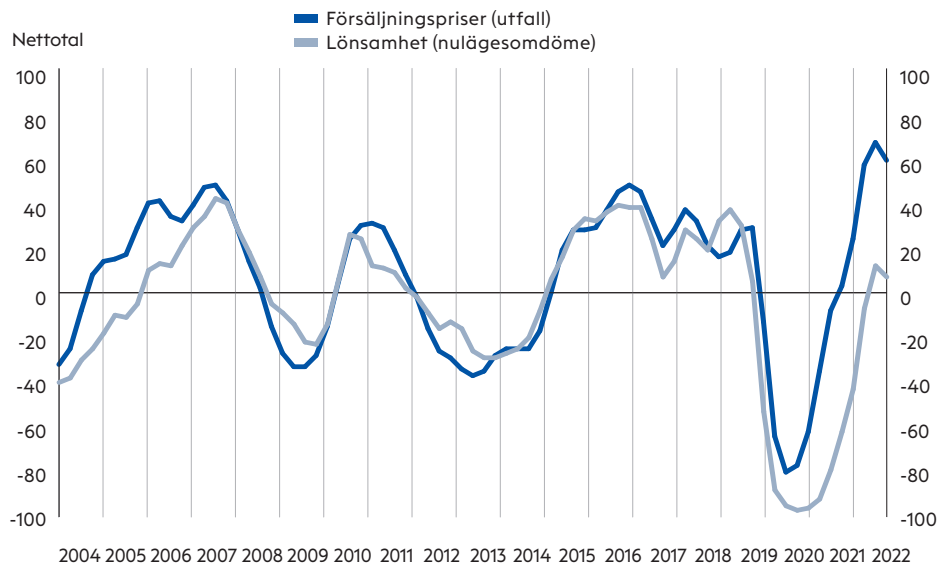


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet) & Inkvarteringsstatistiken (Tillväxtverket/SCB).

SÄMRE LÖNSAMHET I TJÄNSTESEKTORN

Under det tredje kvartalet uppgav färre företag att de hade en god lönsamhet jämfört med föregående kvartal, vilket är en fortsättning på en nedåtgående trend. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för lönsamheten uppgick till -1, vilket är nära det historiska snittet på -5.

Av de tillfrågade företagen i tjänstesektorn under det tredje kvartalet svarade 23 procent att de hade bra lönsamhet och ytterligare 56 procent att de hade tillfredsställande lönsamhet. 21 procent av företagen uppgav därmed att lönsamheten var dålig och där ingår en del hotell- och restaurangföretag som är en del av sektorn. Tjänsteföretagens allt mer dämpade förväntningar på framtida efterfrågan indikerar att fler företag får sämre lönsamhet framöver.

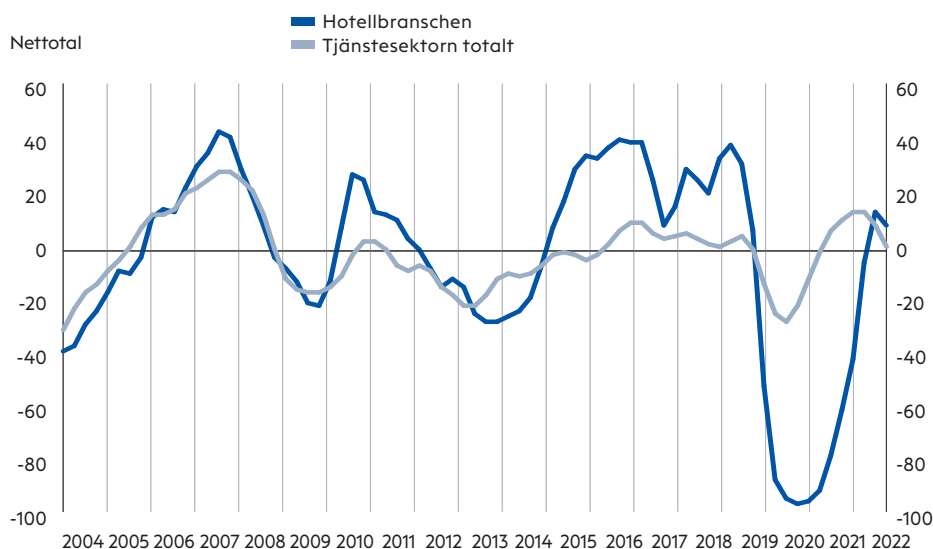


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongsrensad och utjämnad, nuläge t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: 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.

STARKT SAMBAND MELLAN HOTELLFÖRETAGENS SYN PÅ LÖNSAMHETEN OCH DEN FAKTISKA LÖNSAMHETEN

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, samvarierar historiskt 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 vänsterskalan avläser man rörelsemarginalen i procent och på högerskalan netttotalen för hotellföretagens bedömning av lönsamheten.

Historiskt har hotellföretagens bedömning av lönsamheten, enligt Konjunkturbarometern, givit en god indikation på den faktiska lönsamheten på hotellmarknaden. Den förbättring av hotellföretagens bedömning av lönsamheten som skett under den första halvan av 2022 tyder på att den faktiska lönsamheten även kommer förbättras under året. Viss reservation bör dock göras med hänsyn till de dämpade förväntningarna under kvartal 3.

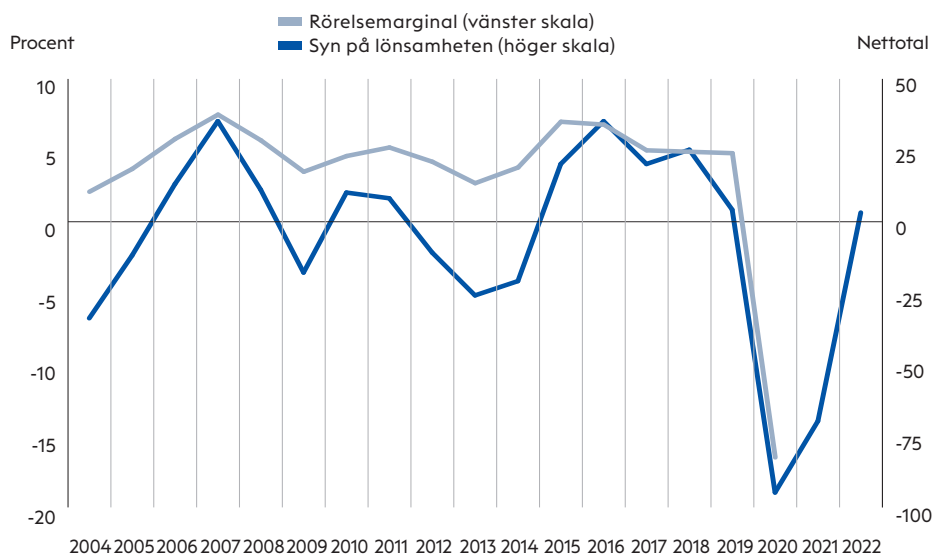


Diagram 8

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

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal 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

MINSKAD PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAG

Den starka återhämtningen av efterfrågan på hotellrum efter pandemin har ökat rekryteringen bland hotellföretagen och medfört omfattande personalbrist. 6 av 10 hotellföretag angav att de ökade antalet anställda under tredje kvartalet och färre än 1 av 10 hotellföretag att de minskade personalstyrkan. Det är en minskad rekryteringsvolym jämfört med det föregående kvartalet och den förväntas att minska ytterligare under nästa kvartal. Omkring 2 av 10 hotellföretag angav att de beräknar att öka antalet anställda på tre månaders sikt, men lika många angav också det motsatta.

Med fler positioner fyllda och en mer konservativ syn på framtida rekryteringsbehov på grund av sänkta förväntningar på framtida efterfrågan har den upplevda personalbristen minskat. Under tredje kvartalet svarade en knapp majoritet (53 procent) att de hade brist på personal, medan 47 procent angav att de inte hade brist på personal.

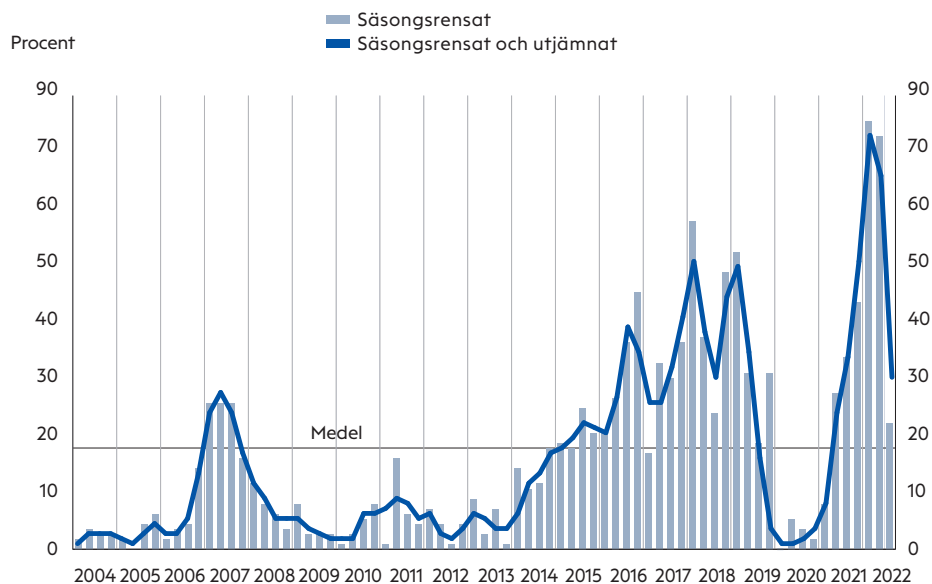


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

ÄVEN TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER EN AVMATTNING I PERSONALBRISTEN

Den personalbrist som fanns inom tjänstesektorn under föregående kvartal har minskat något under det tredje kvartalet. Föregående kvartal svarade 55 procent av tjänsteföretagen att de hade brist på personal, vilket nu har minskat till 49 procent. Knappt 4 av 10 av tjänsteföretagen ökade antalet anställda under det tredje kvartalet, medan 1 av 10 minskade antalet anställda. Vidare uppger 3 av 10 av tjänsteföretagen att de förväntas anställa på 3 månaders sikt, vilket är en minskning jämfört med föregående kvartal.

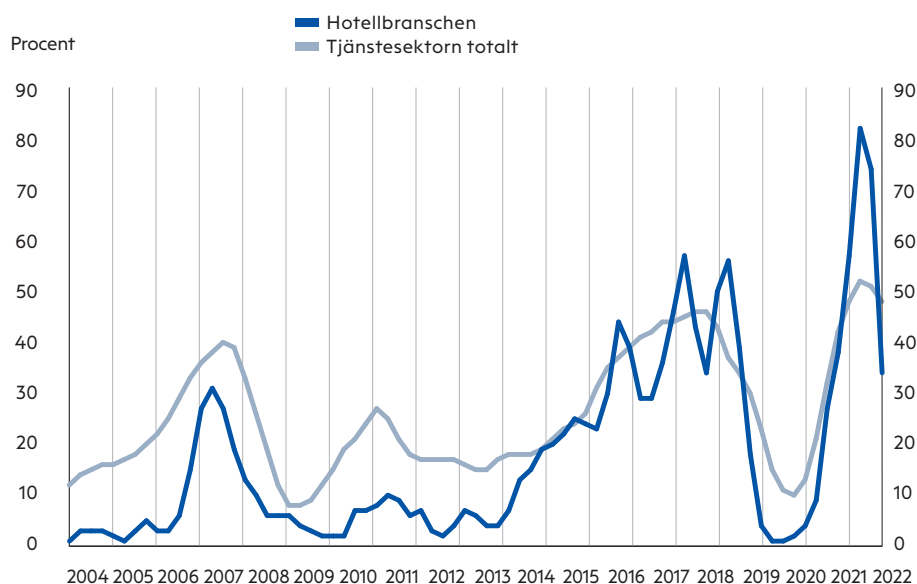


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 3:e kvartalet 2022.

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. Under de senaste tre åren har svarsfrekvensen legat omkring 60 procent, vilket betyder att svaren under den perioden är baserad på runt 100 verksamhetsenheter i hotellbranschen. I sammanställningen av svaren är företagets 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 nettotal. 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.