

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
2:a kvartalet 2023**

Sänkta förväntningar och dämpade nyckeltal

Augusti 2023



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Lägre förväntningar på framtida efterfrågan / 4

I kontrast till hotellbranschen, har förväntningarna inom tjänstesektorn fortsatt att öka / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Ett negativt nettotal indikerar sänkta priser framgent / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Dämpad syn på lönsamhet i hotellbranschen / 8

Stark koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Sämre syn på lönsamhet i tjänstesektorn / 10

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

Bristen på personal i hotellbranschen / 12

Låg personalbrist bland hotellföretag / 12

Även tjänsteföretagen anger en låg personalbrist / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

DET ANDRA KVARTALET KARAKTERISERAS AV EN AVMATTNING SOM LIGGER TILL GRUND FÖR HOTELLENS DÄMPADE FÖRVÄNTNINGAR

Under kvartal 2 har hotellmarknaden i flera av de största svenska kommunerna samt riket som stort mattats av från den starka återhämtningen efter pandemin som karakteriserat större delen av 2022 och början av 2023. Bland annat bestod antalet belagda rum i riket på samma nivå under kvartal 2, 2023 som året innan, trots ökat utbud. Avmattningen är dock väntad som en återgång till mer normala nivåer och kan delvis härledas det ogynnsamma makroekonomiska klimatet, inklusive hög inflation, trots omfattande monetära åtgärder.

Den försiktiga optimism som karakteriserade föregående kvartal är utbytt mot en mer pessimistisk syn detta kvartal. Eftersom tiden innan sommar-månaderna ofta medför en mer positiv syn av det allmänna tillståndet, ger det utjämnade nettotalet en mer sanningsenlig bild. Under kvartal 2 föll det säsongsrensade nettotalet för efterfrågan på hotelltjänster inom 6 månader till -1, precis som nettotalet för förväntningarna på priser på 3 månaders sikt. Synen på lönsamhet försämrades även signifikant till ett nettotal om -11 enheter. Det innebär att allt fler hotellföretag upplevde en sämre lönsamhet under kvartal 2 och har blivit något mer pessimistiska om framtida efterfrågan och priser.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

LÄGRE FÖRVÄNTNINGAR PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN

Det andra kvartalet 2023 visar på en avmattning av den starka återhämtning som karakteriserat hotellmarknaden under merparten av 2022 samt början av 2023. Antalet belagda rum i riket var på samma nivå under kvartal 2, 2023 som året innan, trots ökat utbud. Beläggningsgraden föll drygt två procentenheter till 58,6 procent medan snittpriset ökade med 8,2 procent till 1 218 kronor, vilket innebar att RevPAR ökade med 4,5 procent till 714 kronor. Avmattningen kan delvis härledas till det ogynnsamma makroekonomiska klimatet men är samtidigt förväntad som en återgång till mer normala nivåer efter den kraftiga tillväxt som inträffade efter pandemin.

Den optimism som präglade det föregående kvartalet har inte bestått under kvartal 2. Det säsongsrensade, utjämnade nettotalet uppgår nu till 3 enheter från en nivå om 7 enheter. Antalet hotellföretag som förväntar sig en minskad efterfrågan kommande 6 månader ökade med 10 procentenheter från 2 av 10 till 3 av 10 hotell.

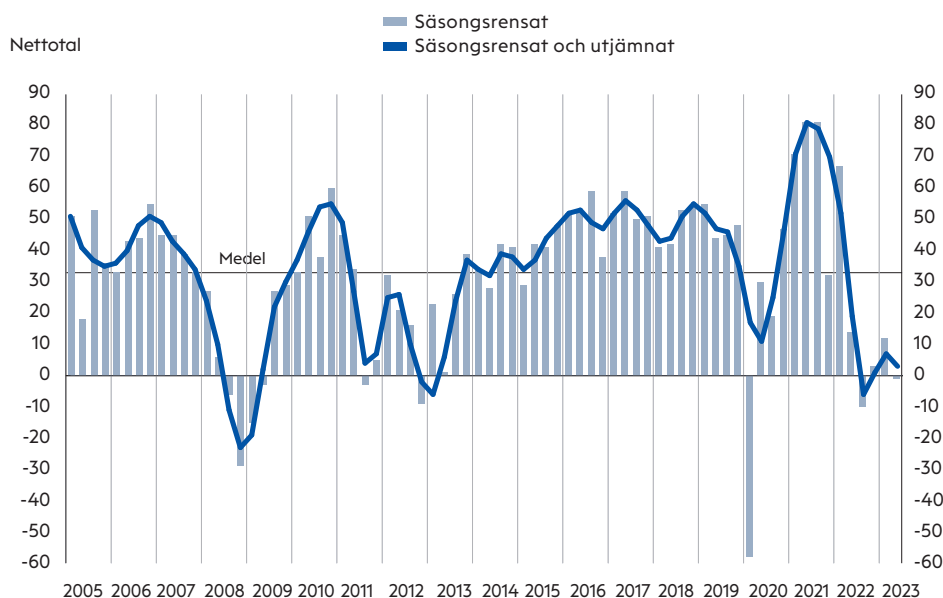


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2023.

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.

I KONTRAST TILL HOTELLBRANSCHEN, HAR FÖRVÄNTNINGARNA INOM TJÄNSTESEKTORN FORTSATT ATT ÖKA

Förväntningarna på efterfrågan inom tjänstesektorn nästkommande 6 månader utvecklades olikt hotellbranschen, som minskade. Under det andra kvartalet ökade därmed förväntningarna för dess tjänster från ett netttotal om 21 till ett netttotal om 26.

Totalt sett förväntar sig drygt 1 av 10 tjänsteföretag en minskad efterfrågan framgent vilket är klart färre än de som förväntar sig en ökad efterfrågan som redogör för knappt 4 av 10 företag. Fortsättningsvis bedömer cirka 5 av 10 företag att efterfrågan kommer vara oförändrad framgent.

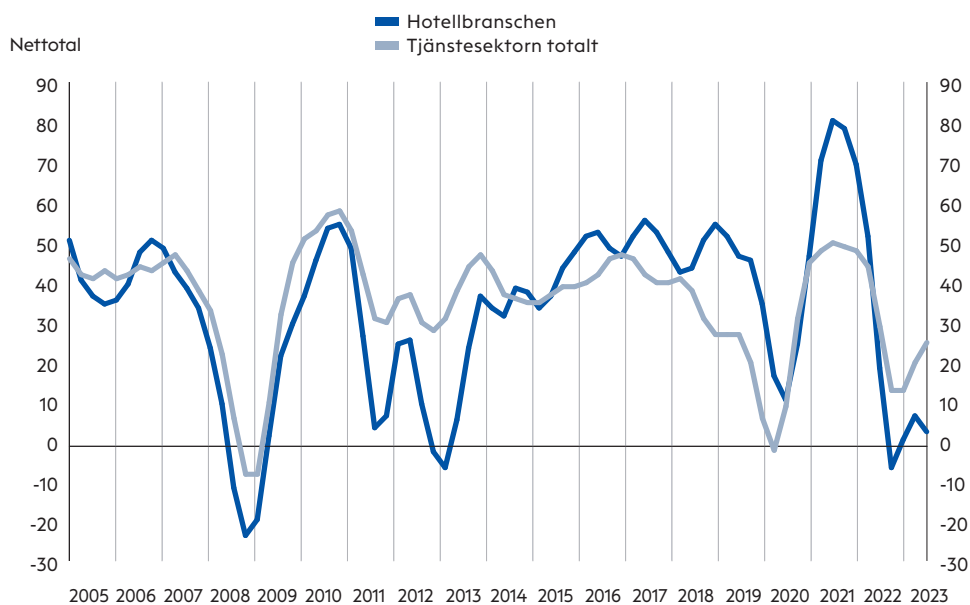


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2023, säsongsrensats och utjämnat.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal 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 om 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.

Sambandet mellan den faktiska logiomsättningen och förväntningarna på framtida efterfrågan stärktes under kvartal 2, då tillväxten av omsättningen avtog något. Denna utveckling är i linje med det framåtsyftande rullande medelvärdet av hotellföretagens förväntningar, som dämpats sedan kvartal 2, 2022. Prognosen pekar på en minskad tillväxt av omsättningen närmsta två kvartal. Denna utveckling kan delvis härledas till det ogynnsamma makroekonomiska klimatet, men är förväntad som en del av återgången till en mer normal nivå i takt med att återhämtningen efter pandemin fullbordas.

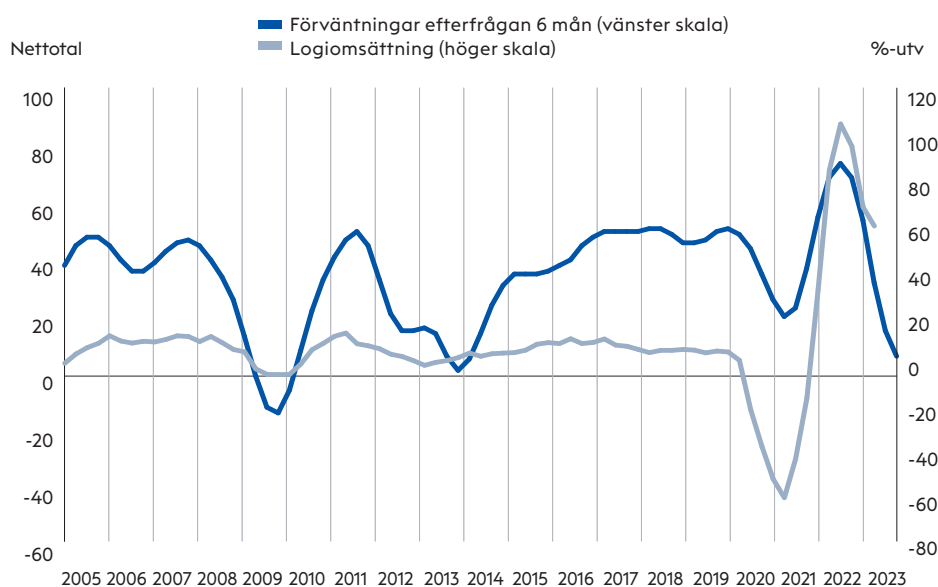


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2023 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

ETT DÄMPAT NETTOTAL INDIKERAR SÄNKTA PRISER FRAMGENT

Under det andra kvartalet 2023 låg det genomsnittliga priset för hotellrum i Sverige på 1 218 kronor, vilket kan jämföras med 1 126 kronor under motsvarande period året innan. Detta innebär en ökning om drygt 8 procent.

Trots denna stadiga tillväxt i snittpris är förväntningarna på framtida priser nästkommande 3 månader dämpade. Det säsongsrensade, utjämnade nettotalet uppgår nu till 2 enheter från en nivå om 27 enheter. Detta avviker dock från de faktiska enkätsvaren som är relativt positiva. Ungefär 50 procent av företagen förväntar sig oförändrade priser och cirka 30 procent förväntar sig höjda priser. Utfallet kan delvis härledas till det faktum att den allmänna inställningen generellt är mer positiv innan sommaren vilket ger mer positiva svar medan det utjämnade värdet har ett längre perspektiv.

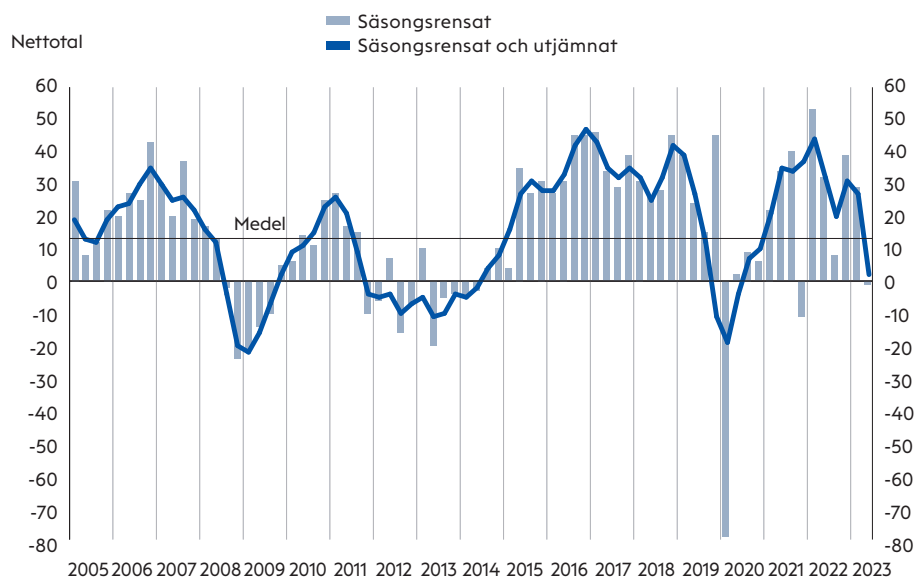


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2023.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Netttotal: Netttotal 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

DÄMPAD SYN PÅ LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Nulägesbedömningen av lönsamheten bland hotellföretagen har försämrats, i linje med förväntningarna på både snittpris och efterfrågan framöver. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet utvecklades från att motsvara 7 enheter under det första kvartalet till -10 enheter det andra kvartalet.

De faktiska svar som genererades i undersökningen återspeglar dock inte den tidigare nämnda pessimismen. Antalet företag som ansåg att lönsamheten var god ökade med 10 procentenheter jämfört med föregående kvartal, medan antalet företag som ansåg att lönsamheten var dålig minskade med 13 procentenheter. Likt beskrivningen för diagram 4, är denna avvikelse till stora delar ett resultat av sommarens säsongspåverkan där de utjämnade nettotalen ger en mer sanningsenlig bild.

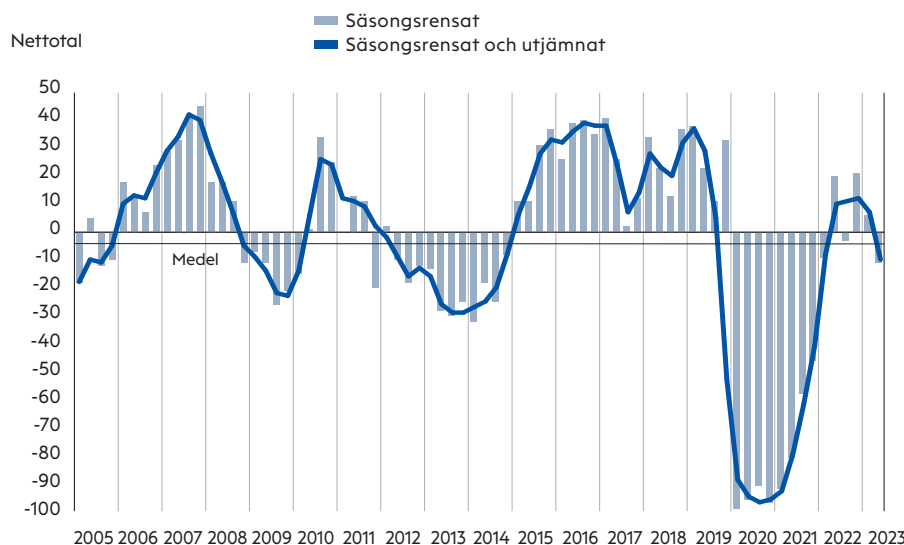


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 2:a kvartalet 2023.

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.

STARK KOPPLING MELLAN PRISUTVECKLING OCH SYNEN PÅ LÖNSAMHETEN

Det finns historiskt sett 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.

Under det andra kvartalet noteras en negativ utveckling av de utjämnade nettotalen för både lönsamhet och försäljningspriser, vilket är i linje med den historiska kopplingen. Denna trend sammanfaller med andra nyckeltal som tillsammans pekar på en pågående avmattning av den svenska hotellmarknaden.

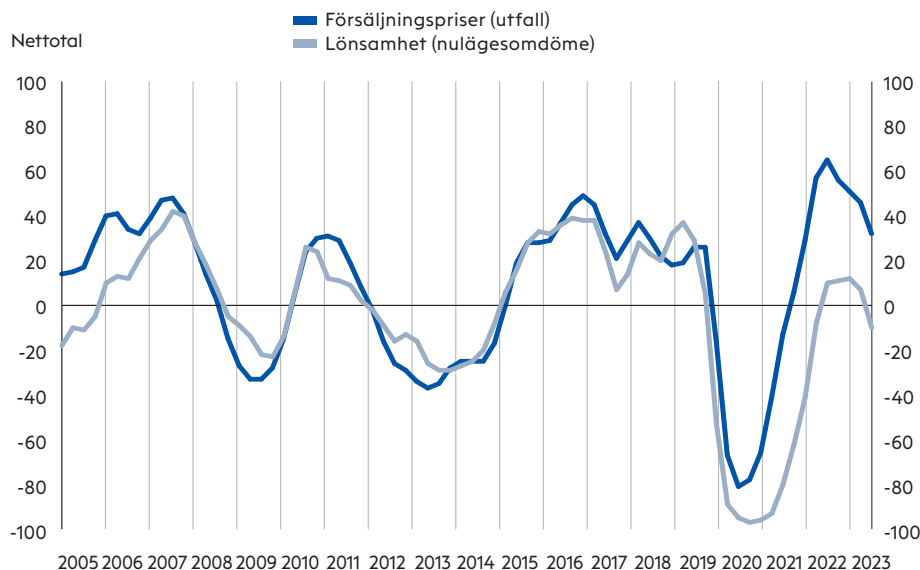


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 2:a kvartalet 2023.

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

SÄMRE SYN PÅ LÖNSAMHET I TJÄNSTESEKTORN

Den nedgång i synen på lönsamhet som är synlig inom hotellbranschen speglar även utvecklingen under detta kvartal för tjänstesektorn i stort. Från kvartal 1 till kvartal 2 under 2023 minskade nettotalet från -9 till -15 enheter, vilket visar att allt fler tjänsteföretag upplevde att de hade en dålig lönsamhet under kvartal 2.

I undersökningen svarade drygt 30 procent av alla företag att de hade en dålig lönsamhet, cirka 15 procent att de hade en bra lönsamhet och 55 procent av alla företag att de hade en tillfredsställande lönsamhet. Jämfört med tidigare kvartal innebär detta en ökning av företag som upplever att de har en svag lönsamhet. Tjänsteföretagens fortsatt dämpade förväntningar på framtida efterfrågan indikerar en sämre lönsamhet för sektorn i stort under de kommande månaderna.

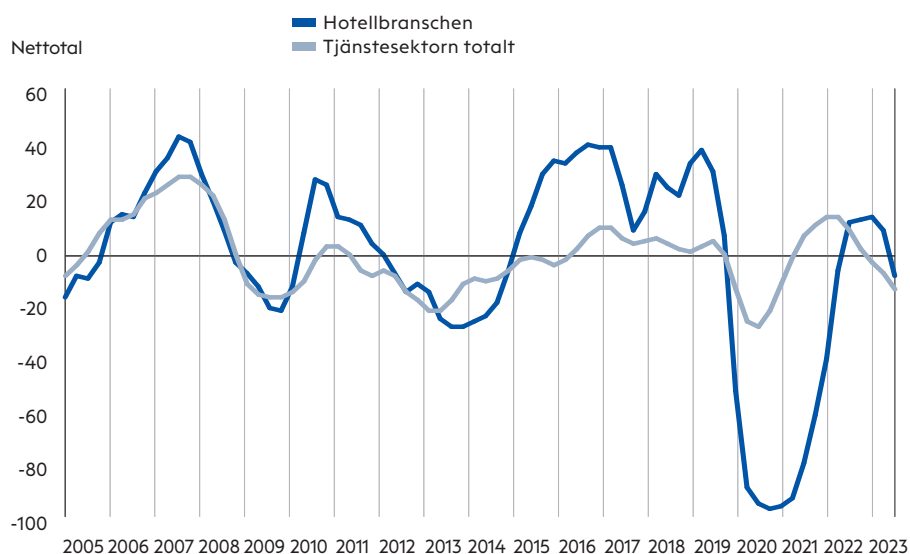


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensat och utjämnat, nuläge t.o.m. 2:a kvartalet 2023.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettototal: Nettototal 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.

Den försämring av synen på lönsamhet i samspel med det spända makroekonomiska läget ger upphov till en något oviss utveckling framgent. Prognosen som historiskt samverkar väl med synen på lönsamhet pekar dock på en tillväxt i rörelsemarginalen under 2022 som sedan faller tillbaka något under 2023.

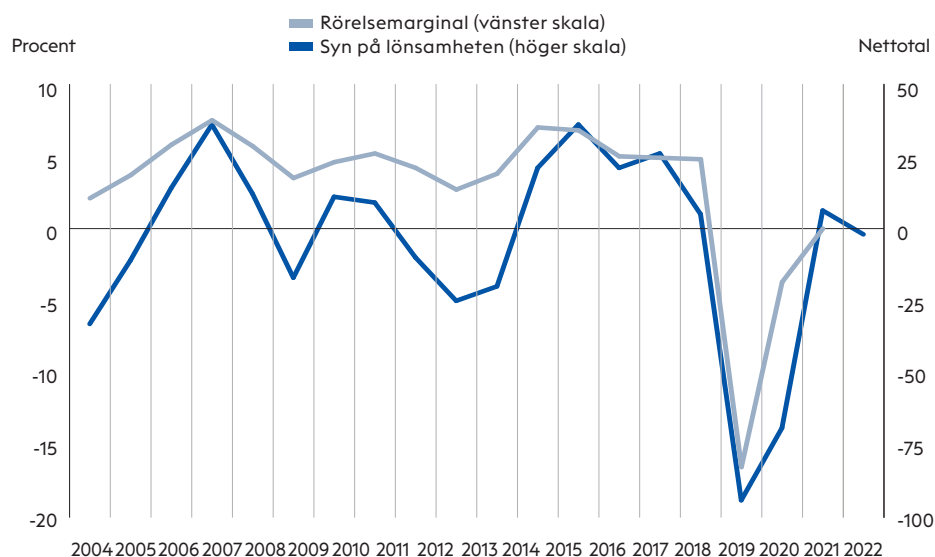


Diagram 8

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

LÅG PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAG

Liksom de tidigare nämnda nyckeltalen i rapporten, har nettotalet för personalbristen minskat avsevärt, från 29 enheter under kvartal 1 till 8 enheter under kvartal 2. Fortsättningsvis, rapporterade 85 procent av företagen att de inte längre upplever någon form av personalbrist vilket motsvarar en ökning om 7 procentenheter sedan kvartal 1. Detta visar på en tillväxt i antalet företag som har ett tillfredsställt personalbehov. Under samma jämförelseperiod ökade även antalet företag som rapporterade en ökning av antalet anställda med 7 procentenheter från 29 till 36 procent.

Framöver förväntar sig en majoritet, 77 procent, av företagen ett oförändrat antal anställda vilket är en ökning om 17 procentenheter sedan det föregående kvartalet. Utöver dessa företag förutser sig 11 procent en tillväxt i antalet anställda framgent, medan 12 procent förväntar sig en minskad arbetskraft.

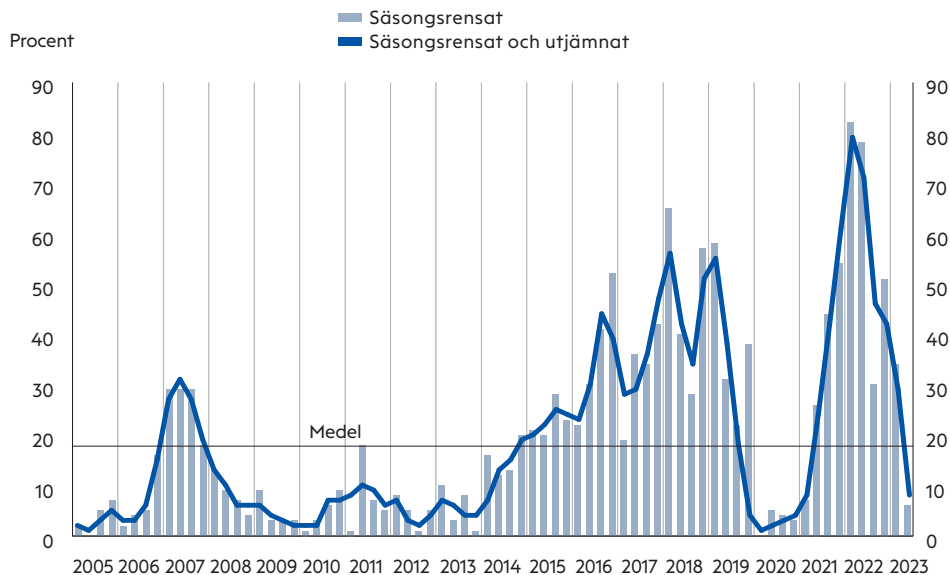


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel f.o.m. 2:a kvartalet 2023.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

ÄVEN TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER EN LÅG PERSONALBRIST

I linje med hotellbranschen har bristen på personal minskat även för tjänstesektorn i stort, även om den inte varit i samma omfattning. Nettotalet för sektorn minskade från 32 till 28 enheter, motsvarande en minskning om 13 procent. Vidare uppgav 7 av 10 företag att de för närvarande inte upplever någon brist på personal.

Likt hotellbranschen har antalet anställda i tjänstesektorn ökat kraftigt efter pandemin även om tillväxten mattats av de senaste månaderna. Framgent bedömer cirka 6 av 10 företag att antalet anställda kommer förbli oförändrat, medan nästan 3 av 10 företag förväntar sig en ökning av antalet anställda.

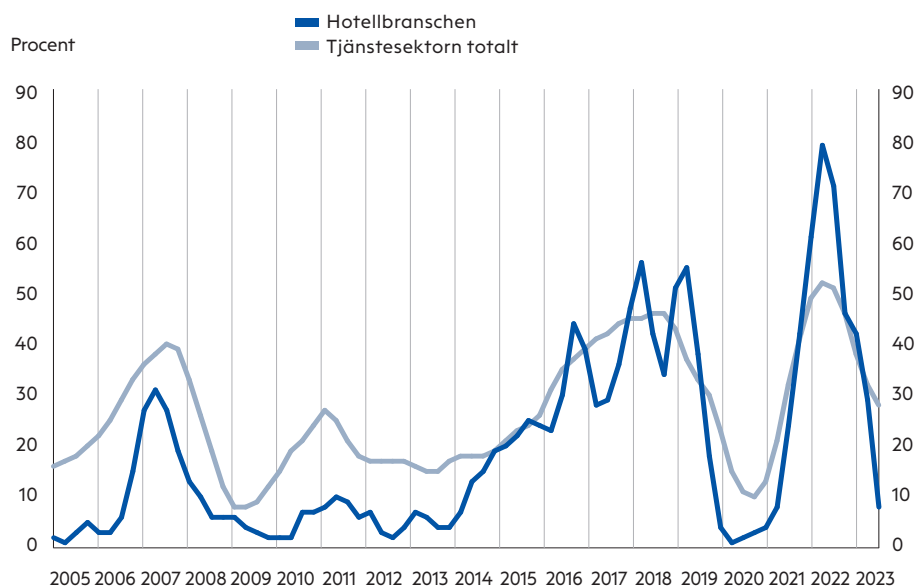


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongrensade och utjämnade värden, andel f.o.m. 2:a kvartalet 2023.

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.