

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
1:a kvartalet 2024**

**Ökat behov av nyanställning
bland hotellföretagen**

Maj 2024



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Hotellbranschens förväntningar på efterfrågan indikerar en positiv trend / 4

Ökad syn på framtida efterfrågan i tjänstesektorn / 5

Ökade förväntningar på framtida efterfrågan indikerar en ökning av logiomsättningens tillväxt inom kort / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Ett dämpat netttotal indikerar sänkta priser framgent / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Förbättrad syn på lönsamhet i hotellbranschen / 8

Dämpad syn på försäljningspriser i hotellbranschen / 9

Fortsatt pessimistisk syn på lönsamheten i tjänstesektorn / 10

Bristen på personal i hotellbranschen / 11

Kraftig ökning i synen på nyanställning bland hotellföretagen på 3 månaders sikt / 11

Tjänsteföretagen anger behov av fler anställda / 12

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13

SAMMANFATTNING

FÖRBÄTTRAD SYN PÅ LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Under det första kvartalet ökade snittpriset och logiomsättningen i riket med 1,8 respektive 1,1 procent jämfört med samma kvartal året innan. Däremot minskade antalet belagda rum med 0,8 procent och beläggingsgraden med 1,7 procentenheter under samma period.

Under det första kvartalet minskade det justerade och jämnade nettotalet för hotellföretagens prisförväntningar på tre månaders sikt från 30 till 26 enheter medan förväntningen på den framtida lönsamheten fortsätter att öka, vilket går emot den historiska kopplingen. Därutöver fortsätter personalbristen vara låg, 89 procent av hotellföretagen i undersökningen rapporterar att de inte har någon brist på personal vilket kan jämföras med föregående kvartal där 94 procent hotellföretagen rapporterade att det fanns brist. Vidare på 3 månaders sikt förväntar sig 60 procent av hotellföretagen att antalet anställda förblir oförändrat. Noterbart är att omkring 30 procent av företagen förväntar sig en ökning i antalet anställda vilket är omkring 20 procentenheter fler än föregående kvartal.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

HOTELLBRANSCHENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN INDIKERAR EN POSITIV TREND

Under det första kvartalet ökade snittpriset och logiomsättningen med 1,8 respektive 1,1 procent jämfört med samma kvartal året innan. Däremot minskade antalet belagda rum med 0,8 procent och beläggningsgraden med 1,7 procentenheter under samma period.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt förbättrades något under det första kvartalet. Under perioden ökade det säsongrensade och utjämnade nettotalet från 27 till 28 enheter. Av de förfrågade företagen svarade nästan 90 procent att de förväntar sig en ökad eller oförändrad efterfrågan nästkommande sex månader.

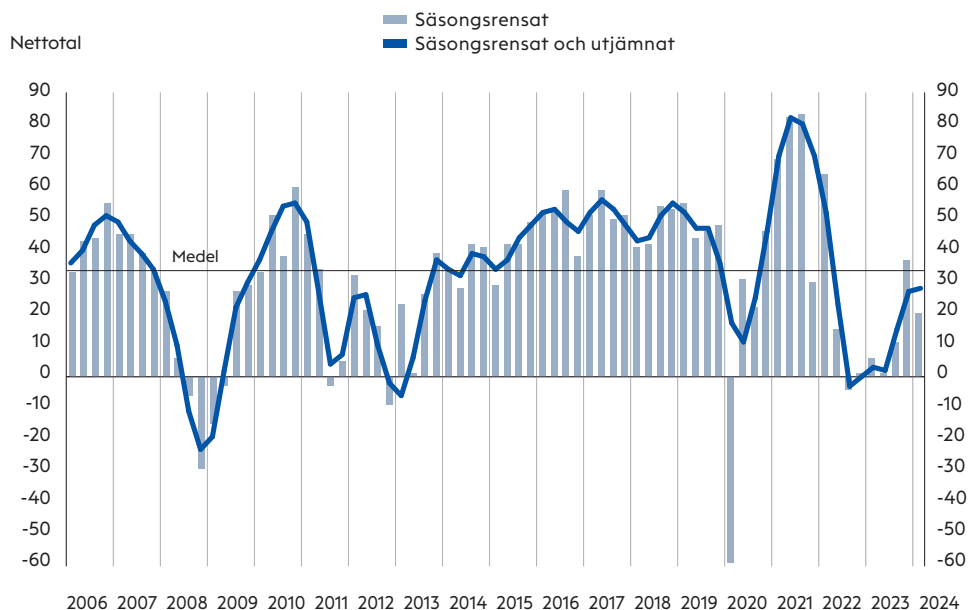


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

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.

ÖKAD SYN PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN I TJÄNSTESEKTORN

Inom tjänstesektorn ökade förväntningarna på efterfrågan på sex månaders sikt. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 26 till 34 enheter, vilket visar på positiv syn på framtida efterfrågan bland de tillfrågade företagen.

Likt föregående kvartal förväntade sig cirka 4 av 10 tjänsteföretag en ökad efterfrågan på 6 månaders sikt medan 1 av 10 tjänsteföretag förväntade sig en lägre efterfrågan.

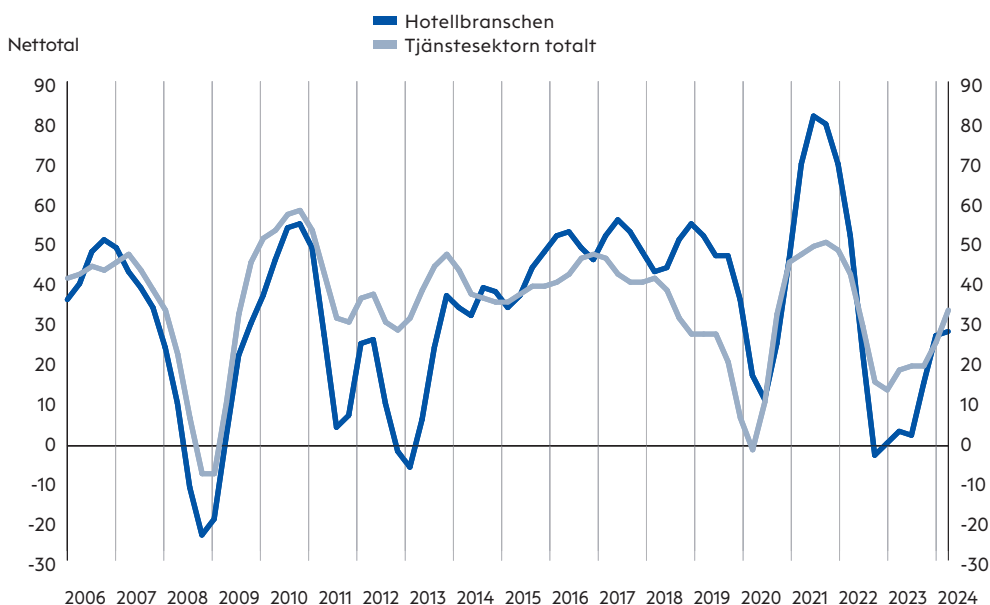


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2024, säsongsrensats 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 företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

ÖKADE FÖRVÄNTNINGARNA PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN INDIKERAR EN ÖKNING AV LOGIOMSÄTTNINGENS TILLVÄXT INOM KORT

Hotellföretagens förväntningar på framtida efterfrågan på sina tjänster de kommande 6 månaderna har historiskt sett varit en pålitlig indikator för den faktiska efterfrågeutvecklingen. I diagram 3 presenteras både hotellens förväntade efterfrågan, uttryckt som nettotalet, och den faktiska procentuella tillväxten av hotellens omsättning (som indirekt återspeglar efterfrågeutvecklingen på hotellföretagens tjänster) för de perioder som förväntningarna avser. Båda variablerna presenteras som ett rullande medelvärde över fyra kvartal.

Under de senaste kvartalen har sambandet stärkts när tillväxten av logiomsättningen har minskat i takt med att förväntningarna om framtida efterfrågan har sjunkit. De senaste två kvartalen visar en positiv syn på framtida efterfrågan, vilket antyder att tillväxten av logiomsättningen förväntas öka framöver.

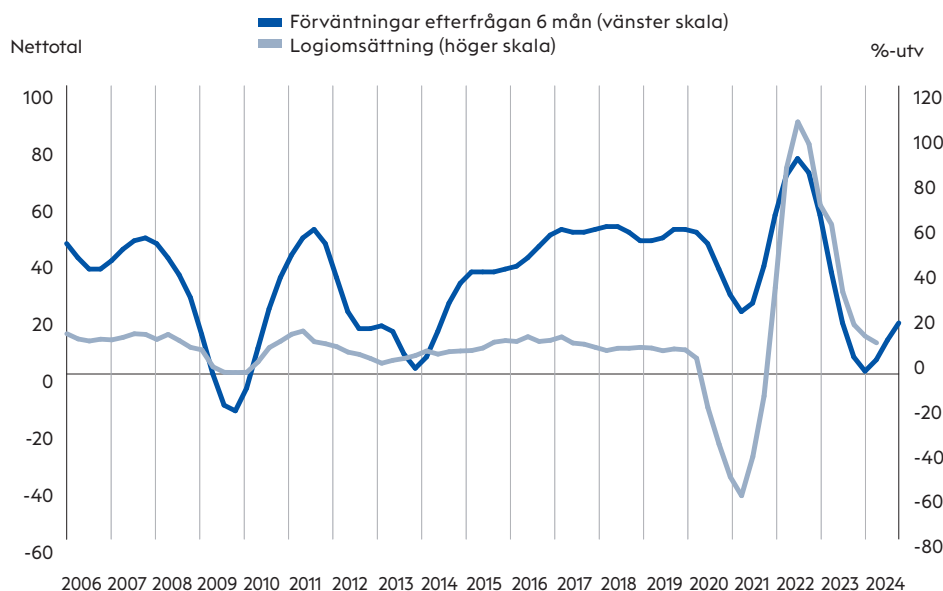


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt f.o.m. 1:a kvartalet 2024 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 1 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

ETT DÄMPAT NETTOTAL INDIKERAR SÄNKTA PRISER FRAMGENT

Under det första kvartalet 2024 låg det genomsnittliga priset för hotellrum i Sverige på 1 104 kronor, vilket kan jämföras med 1 084 kronor under samma period året innan, vilket motsvarar en ökning på cirka 1,8 procent.

Hotellföretagens förväntningar på framtida priser nästkommande 3 månader är dämpade. Det justerade och jämnade nettotalet för hotellföretagens prisförväntningar på tre månaders sikt har minskat från 30 till 26 enheter sedan det senaste kvartalet. Samtidigt har det justerade värdet minskat markant från 45 till 13 enheter. Enligt enkätsvar förväntar sig ungefär 4 av 10 att priserna kommer att öka under de närmaste tre månaderna, medan 6 av 10 förväntar oförändrade priser.

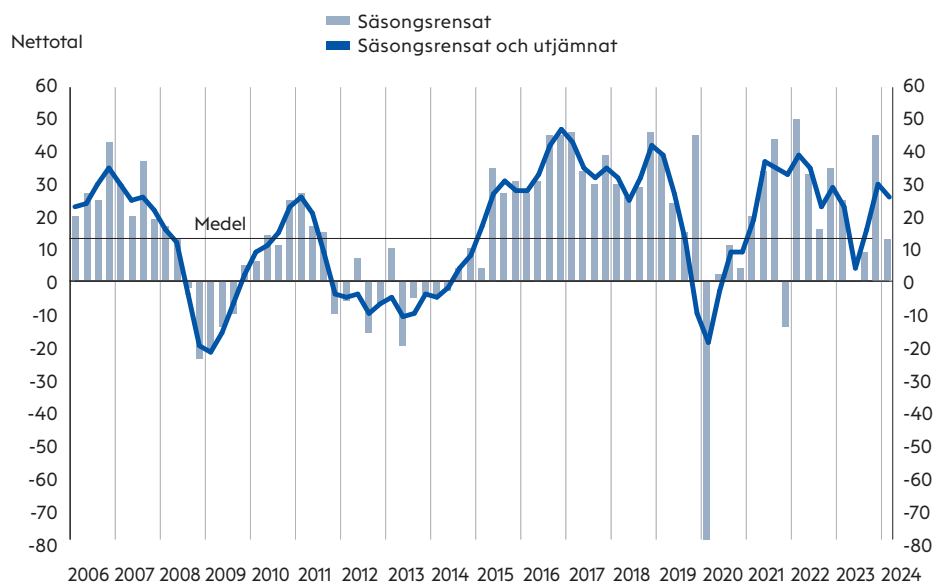


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: 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

FÖRBÄTTRAD SYN PÅ LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Nulägesbedömningen av lönsamheten bland hotellföretagen har en fortsatt positiv trend med en ökning av det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från -2 till 8 enheter. Trots detta visar de faktiska svaren under kvartalet på en ökning i de hotell som upplevde dålig lönsamhet. Det var färre än 2 av 10 som rapporterade god lönsamhet av de tillfrågade.

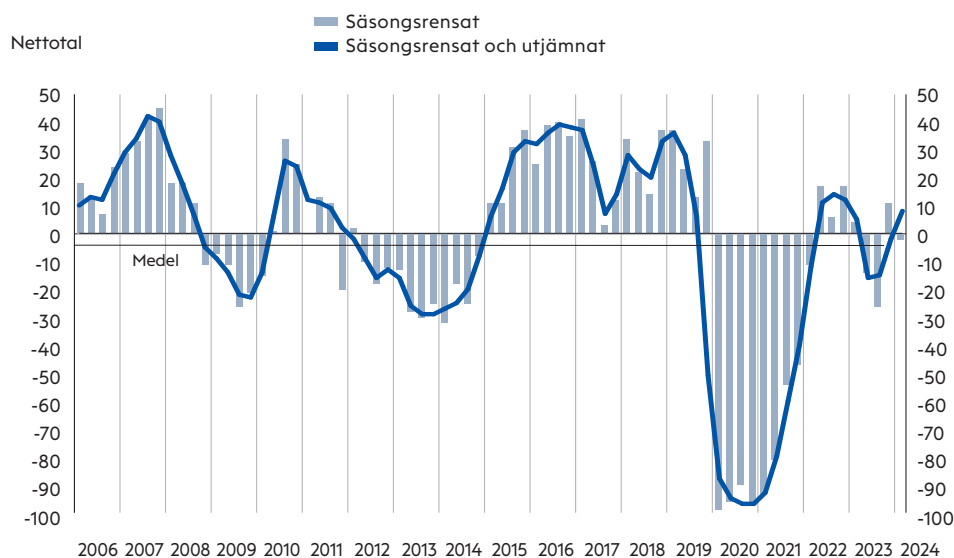


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

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.

DÄMPAD SYN PÅ FÖRSÄLJNINGSPRISER I HOTELLBRANSCHEN

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 första kvartalet noteras en negativ utveckling av de utjämnade nettotalen för försäljningspriser medan förväntningen på den framtida lönsamheten fortsätter att öka, vilket går emot den historiska kopplingen.

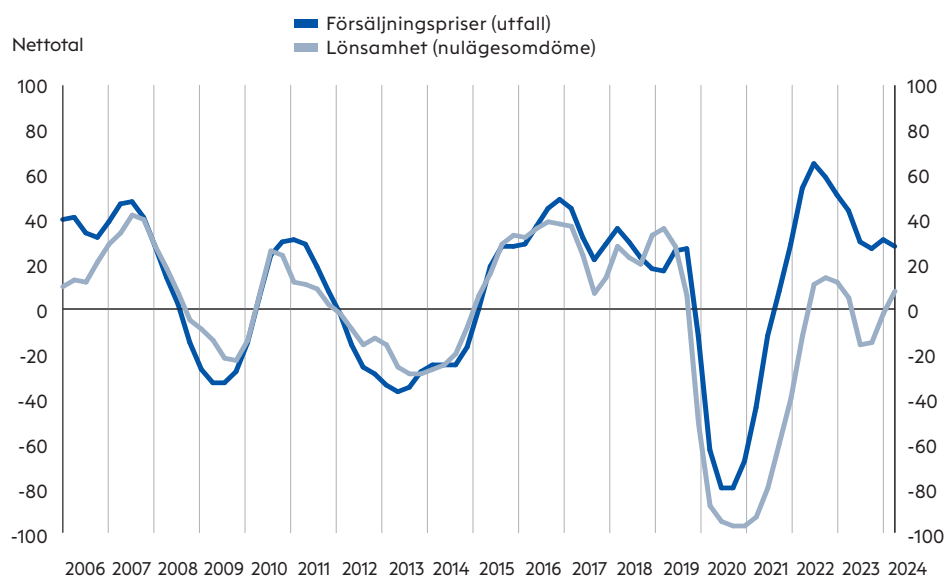


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

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

FORTSATT PESSIMISTISK SYN PÅ LÖNSAMHETEN I TJÄNSTESEKTORN

Synen på lönsamhet för tjänstesektorn som stort förbättrades något under första kvartalet från -16 till -14 enheter. Enligt svaren från enkäten upplevde ungefär hälften av de tillfrågade företagen att nuvarande lönsamhet var tillfredsställande, medan cirka 3 av 10 företag upplevde en svag lönsamhet och ungefär 2 av 10 upplevde en god lönsamhet. Tjänsteföretagens förväntningar på framtida efterfrågan indikerar en ökad lönsamhet för sektorn i stort framgent.

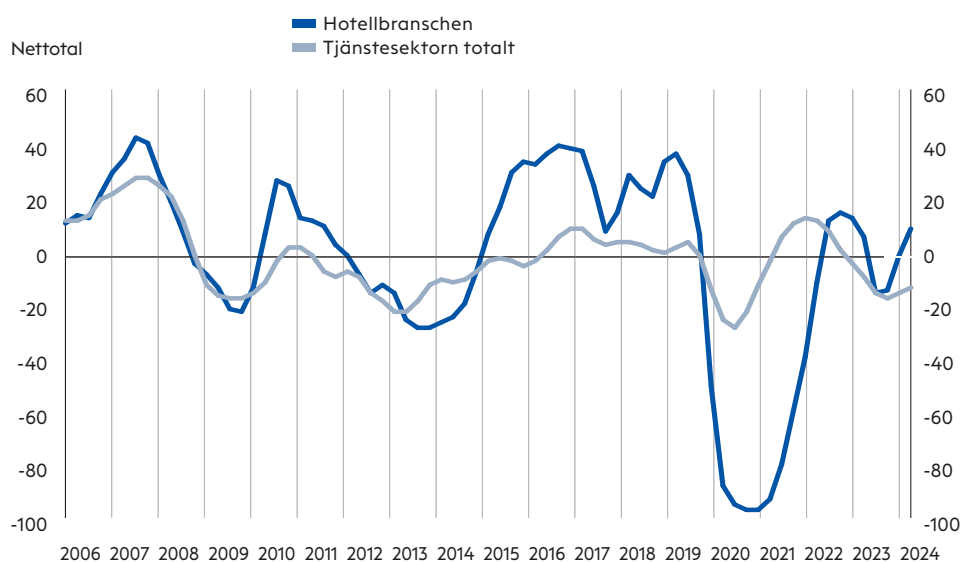


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensat och utjämnat, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

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.

BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

KRAFTIG ÖKNING I SYNEN PÅ NYANSTÄLLNING BLAND HOTELLFÖRETAGEN PÅ 3 MÅNADER SIKT

Den låga personalbristen fortsatte under det första kvartalet med små förändringar. För hotellföretagen ökade det säsongsanpassade och utjämnade nettotalet från 14 till 16 enheter. Detta tyder på en ökad brist på personal, men enligt de faktiska svaren uppgav färre än 9 av 10 företag att de inte hade någon brist på personal.

På 3 månaders sikt förväntar sig den större majoriteten, cirka 6 av 10 hotellföretag att deras antal anställda kommer att förbli i princip oförändrat. Av de återstående företagen förväntar sig hela 3 av 10 en ökning i antalet anställda vilket är omkring 20 procentenheter fler än föregående kvartal.

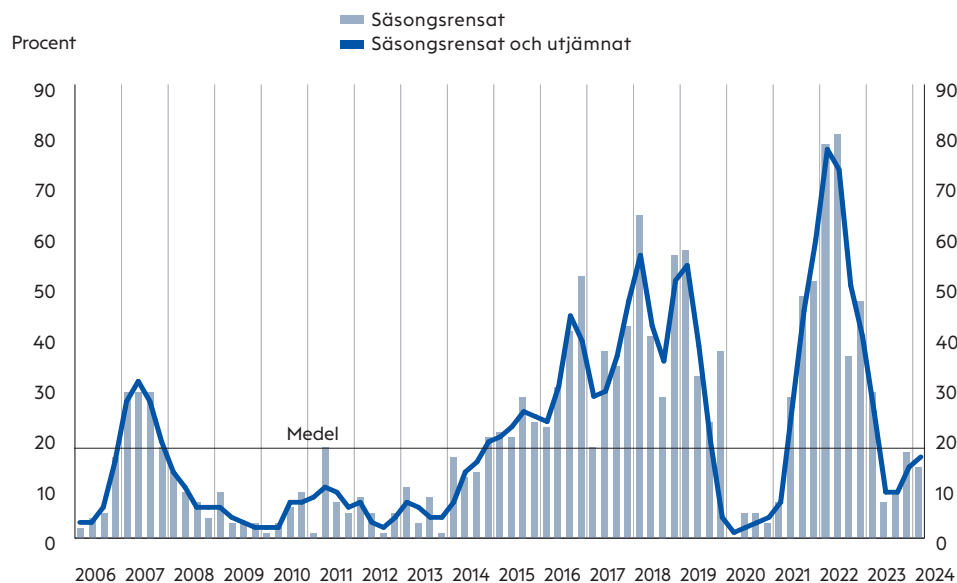


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER LÅG PERSONALBRIST

Under det första kvartalet minskade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för brist på personal bland tjänstebolagen från 25 till 23 enheter medan nettotalet i hotellbranschen ökade från 14 till 16 enheter.

På 3 månaders sikt förväntar sig omkring 65 procent av alla tjänsteföretag i undersökningen att de kommer behålla sin personal på samma nivå, medan cirka 25 procent förutspår en ökning och 10 procent en minskning.

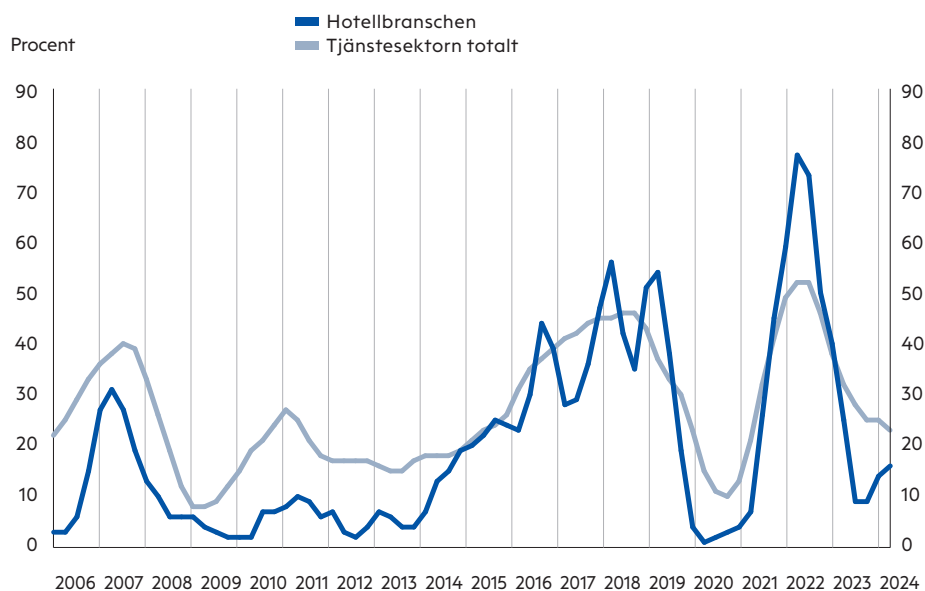


Diagram 9

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongsrensade och utjämnade värden, andel t.o.m. 1:a kvartalet 2024.

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.