

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
1:a kvartalet 2022**

**Positiva förväntningar
men brist på personal
Maj 2022**



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Mycket positiv syn på efterfrågan hos hotellföretagen / 4

Tjänstesektorns förväntningar också höga / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

6 av 10 hotellföretag förväntar sig höjda priser på hotelltjänster / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Mindre svag lönsamhet i hotellbranschen / 8

Tydlig koppling mellan prisutveckling och synen på lönsamheten / 9

Lönsamheten allt bättre i tjänstesektorn / 10

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

Bristen på personal i hotellbranschen / 12

Stor brist på hotellpersonal riskerar att bli en flaskhals / 12

Även tjänsteföretagen anger stor brist på personal / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

POSITIVA FÖRVÄNTNINGAR MEN BRIST PÅ PERSONAL

Efter att pandemin har klingat av från februari och framåt i år och restriktionerna tagits bort har återhämtningen tagit fart igen i hotellbranschen. Hotellföretagen har mycket positiva förväntningar på efterfrågan på sex månaders sikt. 7 av 10 hotellföretag förväntar sig att efterfrågan ökar medan inga hotellföretag förväntar sig det motsatta. Det finns dock relativt stor osäkerhet kring hur konjunkturläget kommer att utvecklas det närmaste halvåret, vilket också innebär osäkerhet kring hotellmarknadens utveckling.

Trots den svaga utvecklingen av efterfrågan under början på 2022 var det en stor andel av hotellföretagen som höjde sina priser under första kvartalet. Det positiva förväntningarna på efterfrågan framöver har också givit positiva förväntningar på prisutvecklingen. 6 av 10 hotellföretag förväntar sig högre försäljningspriser på tre månaders sikt.

Ett orosmoln för hotellbranschen är den stora bristen på personal som hotellföretagen upplever. Bristen är den klart högsta som noterats sedan barometern för hotellföretag började publiceras 2003. Bristen på personal riskerar att bli en flaskhals för fortsatt återhämtning och expansion.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

MYCKET POSITIV SYN PÅ EFTERFRÅGAN HOS HOTELLFÖRETAGEN

Som en konsekvens av virusvarianten Omikron bromsade återhämtningen av efterfrågan på hotellrum upp i slutet på 2021 och början på 2022. I och med att samtliga restriktionen för att upprätthålla social distansering togs bort i början på februari i år så vände dock efterfrågan uppåt igen och fortsatte växa starkt under mars.

Hotellföretagens förväntningar på sex månader sikt är nu mycket positiva, se diagram 1. Det säsongsrensade nettotalet ligger på drygt 70, vilket innebär att en klar majoritet av hotellföretagen tror på ökade efterfrågan. Det råder dock osäkerhet kring det framtida konjunkturläget, vilket bland annat manifesteras av hushållens pessimistiska syn på det ekonomiska läget.

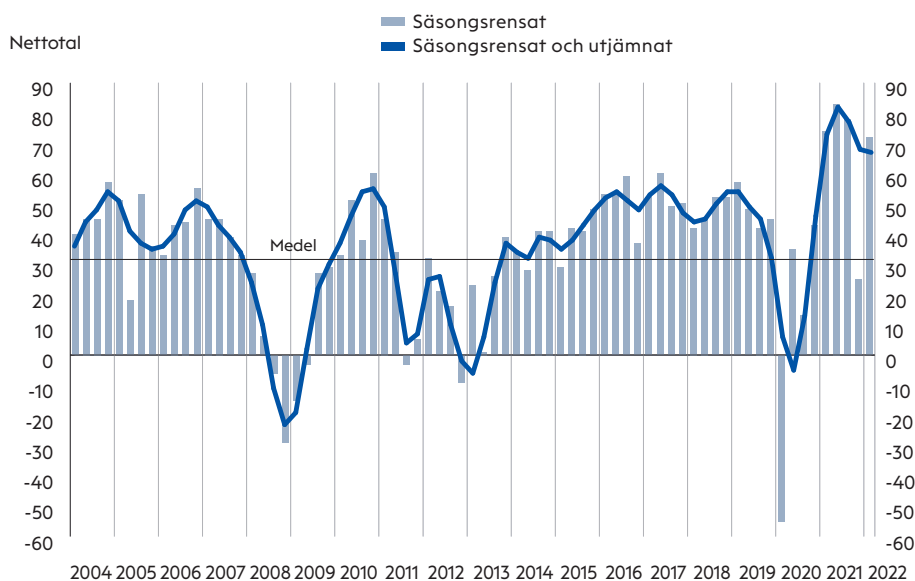


Diagram 1

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

TJÄNSTESEKTORNS FÖRVÄNTNINGAR OCKSÅ HÖGA

Produktionsvolymen i tjänstesektorn under januari och februari låg fem procent över volymen under motsvarande period 2019 och tre procent över motsvarande period 2020. Det visar att tjänstesektorn i sin helhet har återhämtat sig från pandemin. Virusvarianten Omikron verkar alltså inte ha satt några spår i omsättningsutvecklingen.

Tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan är fortsatt mycket positiva, se diagram 2. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för tjänstesektorn låg på 50, vilket är klart över det historiska medelvärdet på 37. Mot den här bakgrunden bedöms tjänstesektorn ha en fortsatt god tillväxt fram till och med hösten.

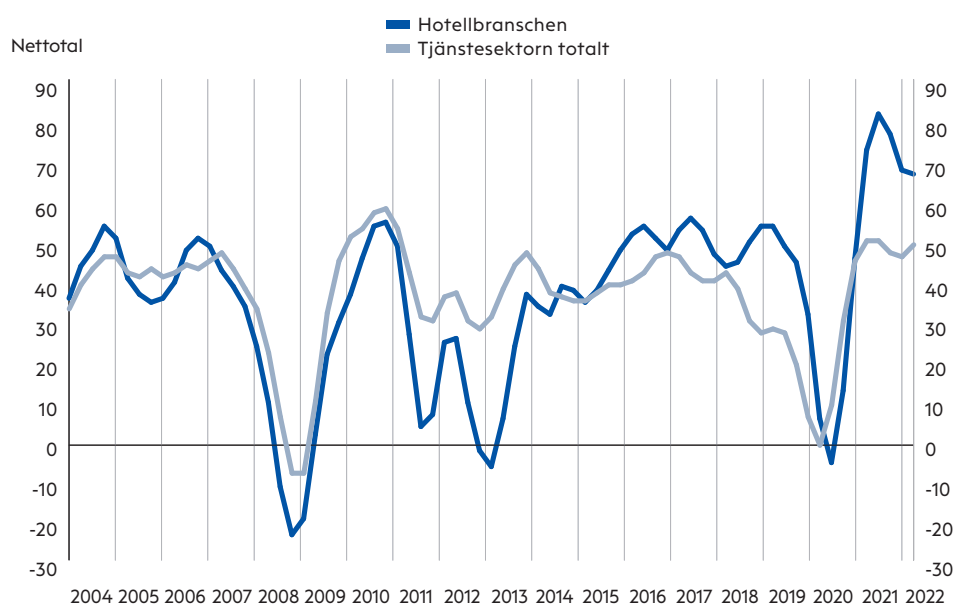


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2022, säsongsrensat 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.

HOTELLENS FÖRVÄNTNINGAR GER NORMALT EN GOD PROGNOIS

Hotellföretagens förväntningar på 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.

I och med det dramatiska tappet i efterfrågan på hotellrum som var en konsekvens av pandemin blev dock sambandet mindre tydligt. Både förväntningar på efterfrågan och den faktiska utvecklingen av logiomsättningen har nu vänt uppåt och pekar på stark tillväxt och återhämtning under 2022.

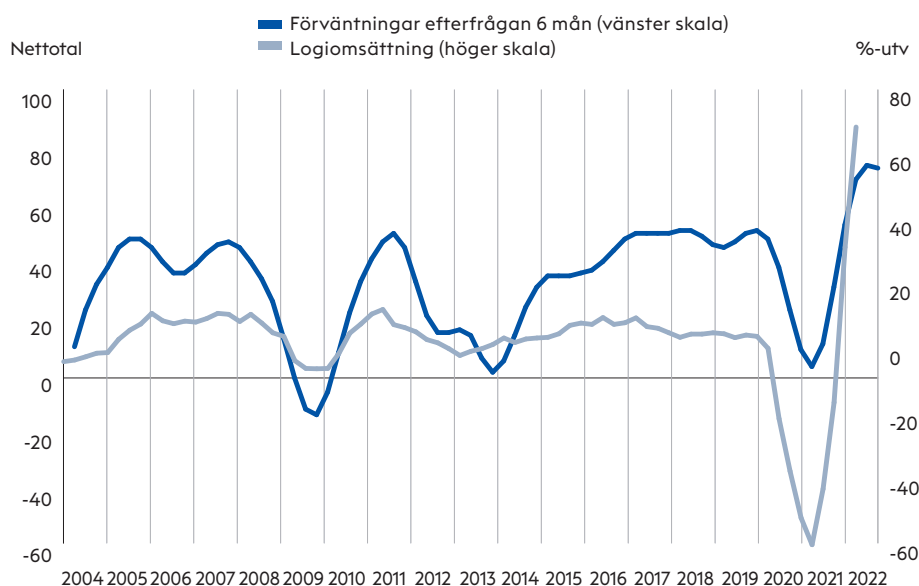


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2022 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

6 AV 10 HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG HÖJDA PRISER PÅ HOTELLTJÄNSTER

Det genomsnittliga hotellrumspriset på den svenska hotellmarknaden under januari och februari låg fem procent under nivåerna motsvarande månader 2020, de två sista månaderna innan pandemin slog till.

I takt med att efterfrågan på hotellrum återigen tagit fart och förväntningarna på efterfrågan framöver stärkts så tror allt fler hotellföretag på höjda priser. Hotellföretagens förväntningar på prisutvecklingen har gått från negativa föregående kvartal till mycket positiva, se diagram 4. Andelen hotell som förväntar sig högre priser på sina tjänster är den högsta som uppmätts något kvartal sedan barometern för hotell började publiceras 2003. Över 60 procent av hotell förväntar sig högre priser medan endast tre procent förväntar sig lägre.

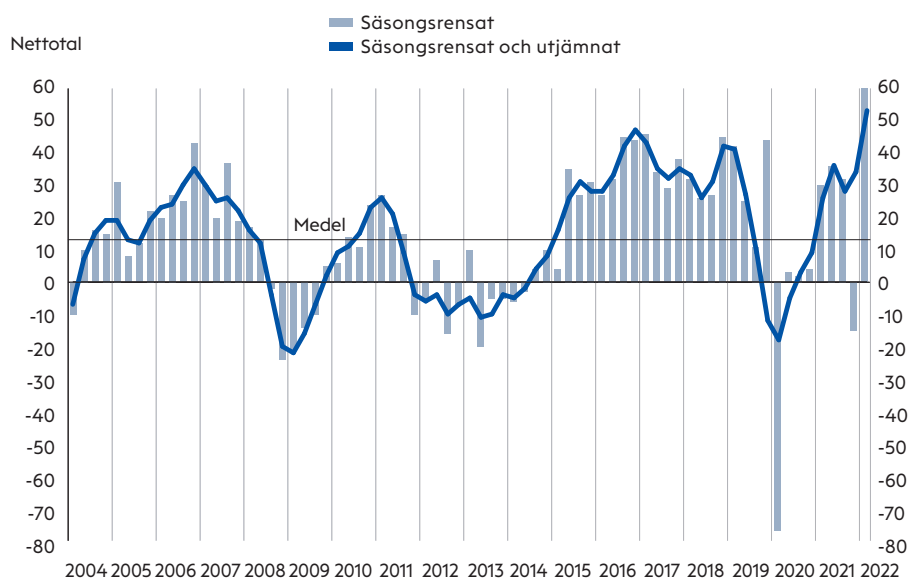


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 1:a kvartalet 2022.

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

MINDRE SVAG LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Trots att efterfrågan på hotelltjänster försämrades under slutet på 2021 och början på 2022 så blev hotellföretagens syn på lönsamheten mindre negativ, se diagram 5. Även om andelen som angav att deras lönsamhet var dålig var klart högre än andelen som angav att den var bra, så uppgick andelen som angav att den var bra till 20 procent. Det är den klart högsta andelen sedan pandemin slog till i början på 2020.

Om det mycket positiva förväntningarna på efterfrågan och priser på hotelltjänster de närmaste månaderna infrias kommer förbättringen av hotellföretagens lönsamhet att fortsätta. Sker det kommer sannolikt nettotalet att passera nollstrecket, vilket innebär att andelen hotellföretag som anger att de har bra lönsamhet kommer att vara högre än andelen som anger att de har dålig lönsamhet. Det är dock fortsatt viktigt att lyfta fram att många hotellföretag har en tung ryggsäck att bära på efter den utdragna pandemin.

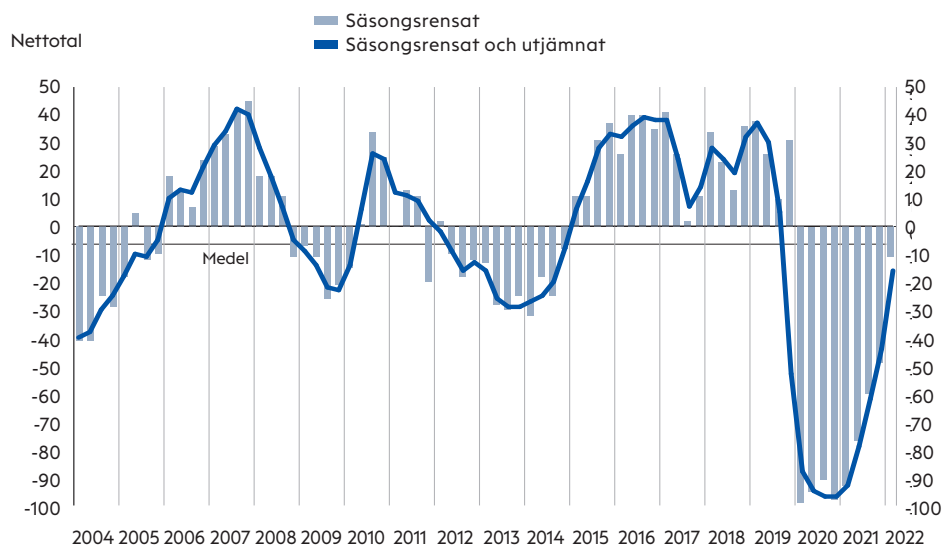


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet)

Nettotal: 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.

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.

Som redovisats tidigare har hotellföretagens förväntningar på priserna gått från negativa föregående kvartal till mycket positiva. Mot bakgrund i det beskrivna sambandet pekar det på tydligt förbättrad lönsamheten under de närmaste månaderna.

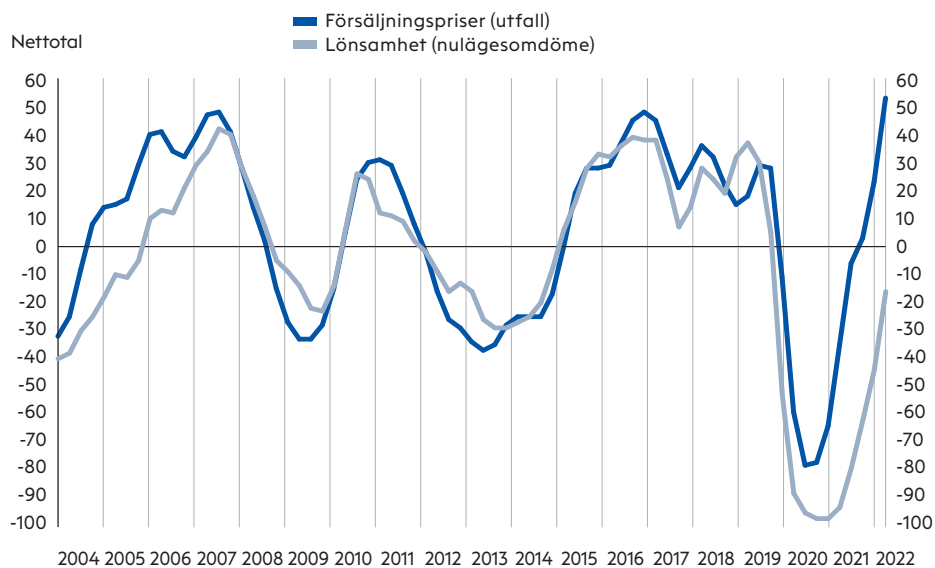


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 1:a kvartalet 2022.

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

LÖNSAMHETEN ALLT BÄTTRE I TJÄNSTESEKTORN

Den fortsatt positiva omsättningstillväxten under början på 2022 gör att många tjänsteföretagen anger bra lönsamhet, se diagram 7. Nettotalet för lönsamheten, säsongrensats och utjämnat, för tjänstesektorn i sin helhet låg på 14. Nivån ligger en bra bit över det historiska snittet på -5 och är det högsta värdet som redovisats sedan börja på 2008 innan finanskrisen slog till.

Under första kvartalet 2022 angav 3 av 10 företag i tjänstesektorn att de hade bra lönsamhet och ytterligare 5 av 10 att de hade tillfredsställande lönsamhet. Mindre än 20 procent av företagen angav därmed att lönsamheten var dålig och där ingår hotell och restaurangföretag som är en del av sektorn. De positiva förväntningar som tjänstesektorn har framåt pekar på att lönsamheten kommer att fortsätta vara positiv de närmaste kvartalen.

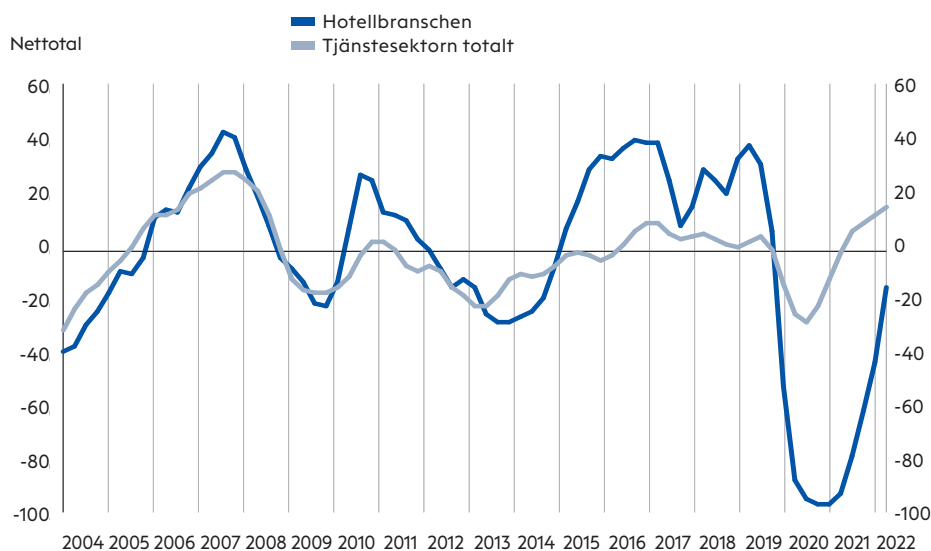


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensats och utjämnat, nuläge t.o.m. 1:a kvartalet 2022.

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.

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. Det förbättring av lönsamheten som skett under första kvartalet pekar på att den faktiska lönsamheten kommer att förbättras under 2022.

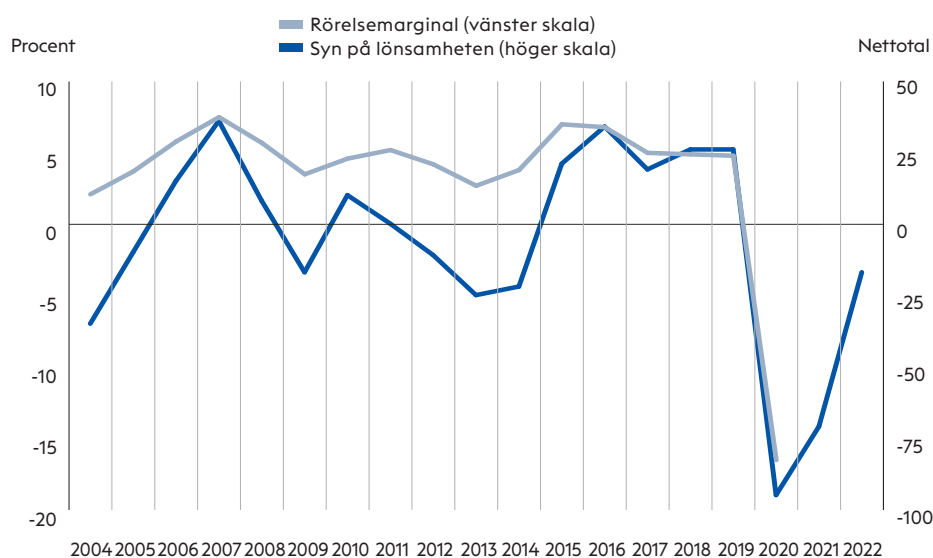


Diagram 8

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 BRIST PÅ HOTELLPERSONAL RISKERAR ATT BLI EN FLASKHALS

Trots den relativt svaga utvecklingen under början på 2022 är bristen på personal hos hotellföretagen rekordhög. Åtta av 10 hotellföretag anger brist på personal vilket med råge är den högsta nivå som publicerats sedan barometern för hotell började publiceras 2003, se diagram 9. Orsaken till att det råder brist är att trots den svaga början på året så har 6 av 10 hotellföretagens anställt under första kvartalet. Detta pekar på att återhämtningen under mars var stark.

Den extrema bristen på personal är ett oroande tecken med tanke på att nivån på efterfrågan knappt är tillbaka på 2019 års nivå ännu. Med de mycket höga förväntningar som hotellföretagen har på efterfrågan det närmaste halvåret kommer bristen sannolikt att förvärras ytterligare. Bristen på personal riskerar att bli en flaskhals för fortsatt återhämtning och expansion.

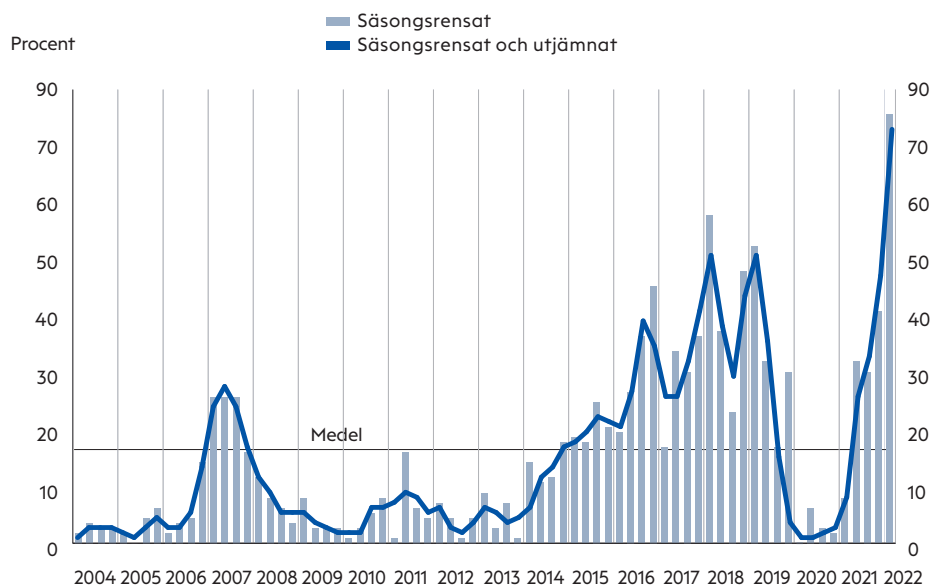


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 1:a kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

ÄVEN TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER STOR BRIST PÅ PERSONAL

Den starka utvecklingen i tjänstesektorn under första kvartalet 2022 fortsätter att förvärra bristen på personal hos tjänsteföretagen, se diagram 10. Den säsongrensade och utjämnade andelen passerade 50. Det var en konsekvens av att 4 av 10 av tjänsteföretagen ökade antalet anställda under första kvartalet medan knappt 1 av 10 minskade antalet anställda.

Den starka tjänstekonjunkturen gör att 5 av 10 tjänsteföretag förväntar sig att anställa det närmaste kvartalet medan nästan inga förväntar sig det motsatta. Precis som för hotellföretagens riskerar bristen på personal att blir en flaskhals för fortsatt tillväxt i tjänstesektorn.

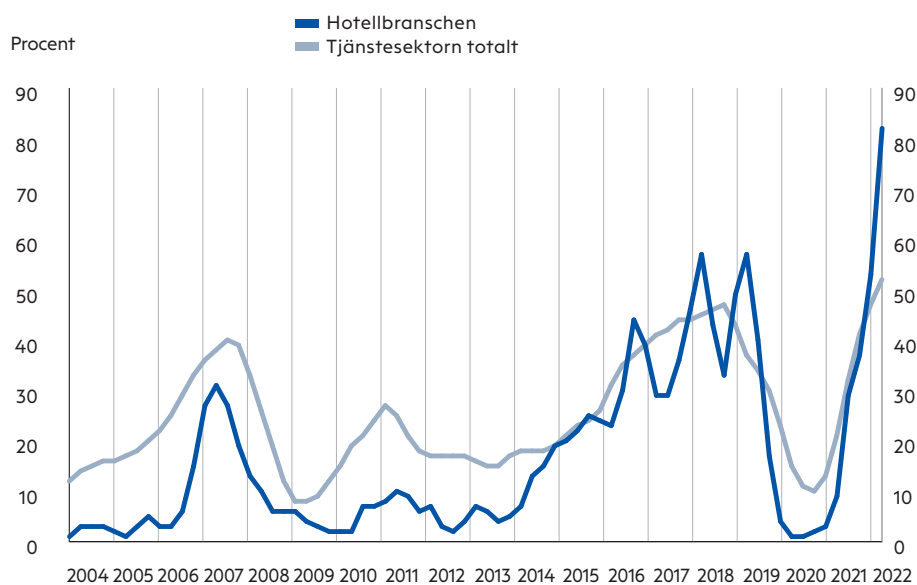


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongrensade och utjämnade värden, andel f.o.m. 1:a 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. 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 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 de tillfrågade 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.

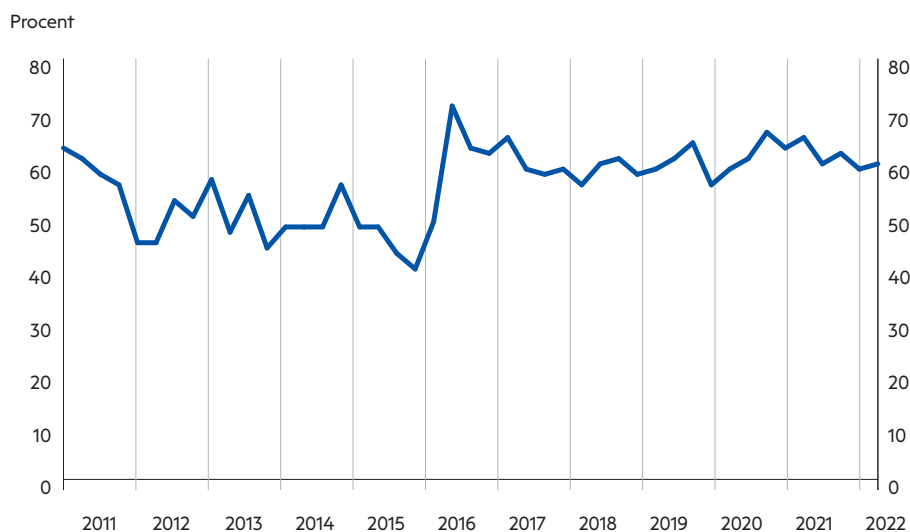


Diagram 11
Svarsfrekvens hotellföretagen, f.o.m. 1:a kvartalet 2022.
Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).