

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
4:e kvartalet 2022**

Ambivalens karakteriserar hotellmarknaden

Februari 2023



INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Pessimistiska förväntningar på efterfrågan / 4

Fortsatt dämpade förväntningar i tjänstesektorn / 5

Hotellens förväntningar ger normalt en god prognos / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

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

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Återhämtning av lönsamhet i hotellbranschen / 8

Diffus 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

Tilgodosedd personalbrist bland hotellföretag / 12

Även tjänsteföretagen anger en avmattning i personalbristen / 13

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 14

SAMMANFATTNING

DET FJÄRDE KVARTALET KARAKTERISERAS AV EN AMBIVALENT HOTELL- MARKNAD SOM GER UPPHOV TILL EN OSÄKER UTVECKLING FRAMGENT

Den svenska hotellmarknaden uppvisade fortsatt starka nyckeltal under det fjärde kvartalet 2022. Bland annat ökade snittpriset med cirka 13 procent från det fjärde kvartalet 2021 till det fjärde kvartalet 2022.

4 av 10 hotellföretag uppgav i barometern att de förväntar sig höjda priser på hotelltjänster på 3 månaders sikt samtidigt som cirka 3 av 10 företag ansåg att de hade en god lönsamhet. Trots detta pekar indikatorer på att efterfrågan på hotelltjänster kan sakta in framgent. Bland annat förväntar sig cirka 4 av 10 hotellföretag en minskad efterfrågan på hotelltjänster på 6 månaders sikt. Indikatorerna i konjunkturbarometern motiverar dock att förväntningarna om höjda priser framgent främst är ett resultat av en hög inflation, inte en ökad efterfrågan. Detta stöds av det rådande makroekonomiska klimatet som genom hög inflation, höjda räntor och höga elpriser begränsar hushållens och företagens finansiella marginaler.

Den omfattande personalbrist som karakteriserat de senaste kvartalen har nu tillgodosetts. Under kvartal 2 rapporterade 9 av 10 företag att de hade en brist på personal vilket korrigerades med en våg av nyanställningar. Detta resulterade i att endast 2 av 10 företag rapporterade att de hade en personalbrist under kvartal 4.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

PESSIMISTISKA FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

Den svenska hotellmarknaden visade fortsatt starka nyckeltal under det fjärde kvartalet 2022. Antalet belagda rum för helåret 2022 är tillbaka på 2019 års nivå, men snittpriset är 9 procent högre. Trots den fortsatta goda utvecklingen är hotellföretagen fortfarande övervägande pessimistiska om den framtida efterfrågan.

Den omfattande nedgång som har karakteriserat det säsongsrensade nettotalet sedan början av 2021 har avtagit något, men stannar fortfarande på en negativ nivå. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet har dämpats ytterligare från -5 det tredje kvartalet till -8 det fjärde kvartalet.

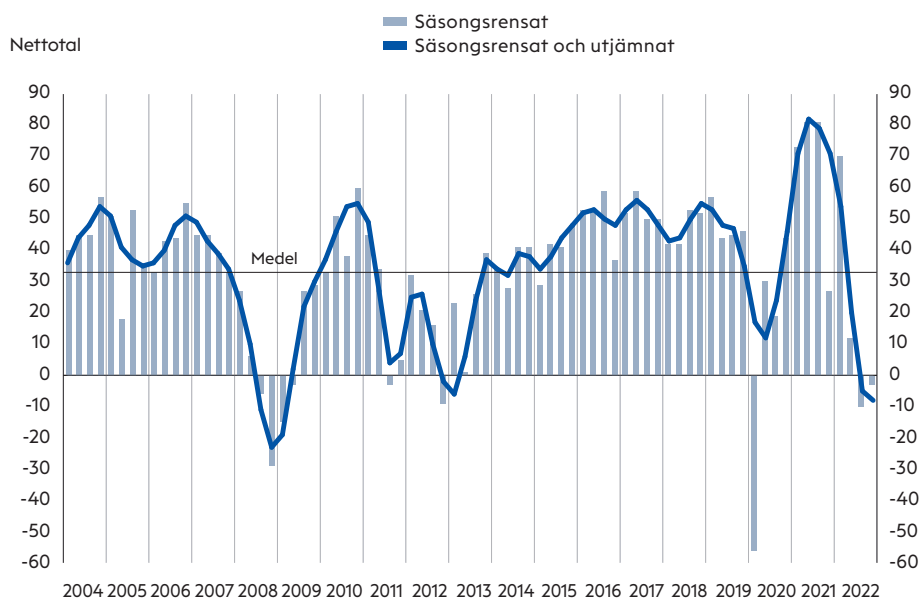


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt f.o.m. 4: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 företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

FORTSATT DÄMPADE FÖRVÄNTNINGAR I TJÄNSTESEKTORN

Förväntningarna inom tjänstesektorn har utvecklats i linje med förväntningarna inom hotellbranschen under det fjärde kvartalet 2022. Tjänsteföretagens förväntningar på den framtida efterfrågan på sex månaders sikt har dämpats och uppvisar nu det lägsta nettotalet sedan utbrottet av Covid-19 pandemin.

Den knappa majoriteten av företagen i studien förväntar sig en oförändrad utveckling av efterfrågan nästkommande sex månader. Knappt 2 av 10 företag förväntar sig en minskad framtida efterfrågan medan cirka 3 av 10 företag förväntar sig en ökad efterfrågan.

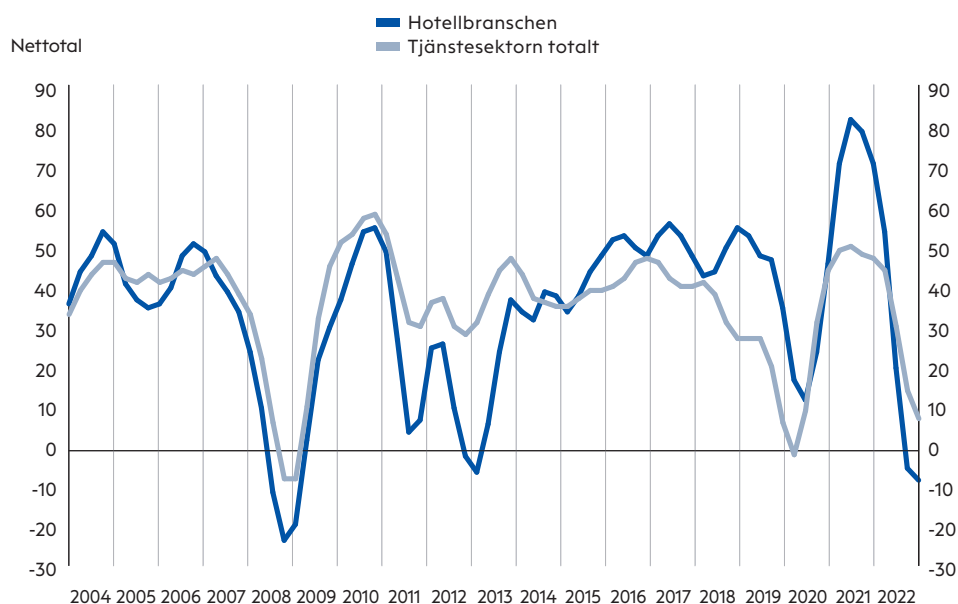


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2022, säsongrensat 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 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 blev mer tydligt under det fjärde kvartalet. Tillväxten av logiomsättningen, beräknad som fyra kvartals glidande medelvärde, föll från det tredje till det fjärde kvartalet med 27 procentenheter vilket går i linje med förväntningarna som dämpats kraftigt under det senaste året. Man bör dock ha i åtanke att nivån på tillväxten av logiomsättningen under 2022 har varit historiskt hög på grund av återhämtningen efter Covid-19 pandemin, varpå en nedgång är väntad för en återgång till en mer normal nivå.

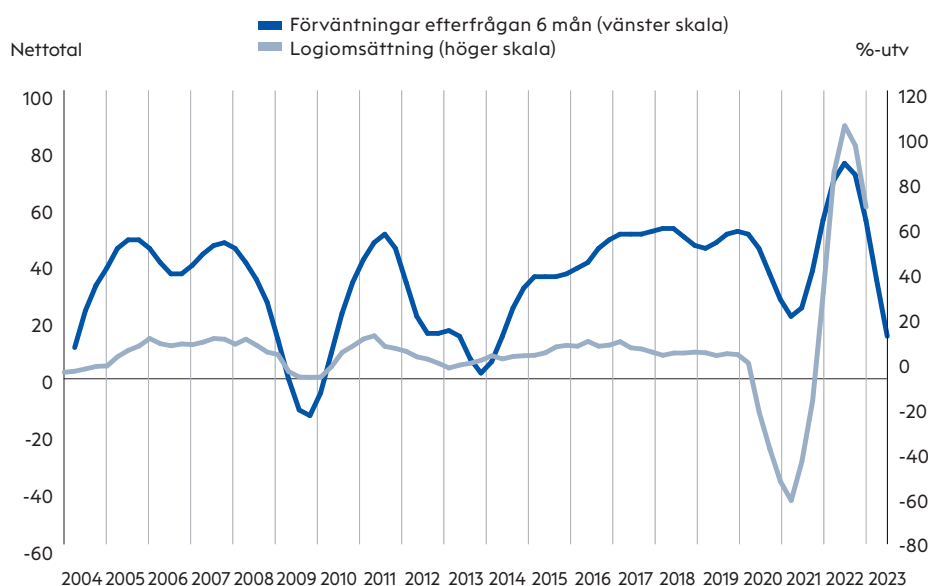


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt f.o.m. 4: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

4 AV 10 HOTELLFÖRETAG FÖRVÄNTAR SIG HÖJDA PRISER PÅ HOTELLTJÄNSTER

Det genomsnittliga hotellrumspriset på den svenska hotellmarknaden var 1 127 kronor under det fjärde kvartalet 2022. Snittpriset var därmed 13 procent högre än motsvarande period 2021 och 9 procent högre än motsvarande period 2019, året innan pandemin.

Under det fjärde kvartalet uppgav drygt 40 procent av hotellföretagen att de förväntade sig höjda priser på hotelltjänster på 3 månaders sikt, vilket är en ökning med cirka 15 procentenheter sedan det föregående kvartalet. Under samma period ökade även antalet företag som tror på lägre priser framöver, från 20 procent av alla företag det tredje kvartalet till drygt 25 procent det fjärde kvartalet.

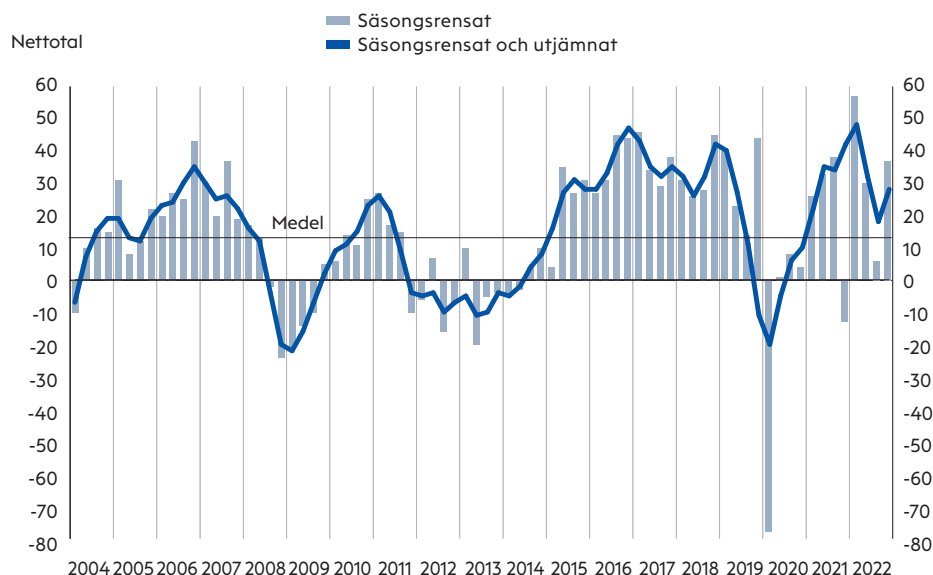


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 4:e kvartalet 2022.

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

ÅTERHÄMTNING AV LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Hotellföretagens syn på lönsamhet har under kvartal 4 utvecklats i linje med förväntningarna av framtida priser som ökade efter en period av dämpade förväntningar. Den positiva utvecklingen kan delvis förklaras av fortsatt starka nyckeltal för hotelltjänster i Sverige.

Under kvartal 4 uppgav cirka 3 av 10 företag att de hade god lönsamhet och cirka 2 av 10 företag att de hade dålig lönsamhet. Den största andelen av hotellföretagen ansåg att lönsamheten för det fjärde kvartalet var oförändrad från den tidigare perioden. Detta resulterade i ett säsongsrensats och utjämnat netttotal på 14, vilket är en ökning från föregående kvartal då nettotalet låg på 9. Synen på lönsamhet kan komma att dämpas framgent som ett resultat av lägre förväntningar på framtida efterfrågan.

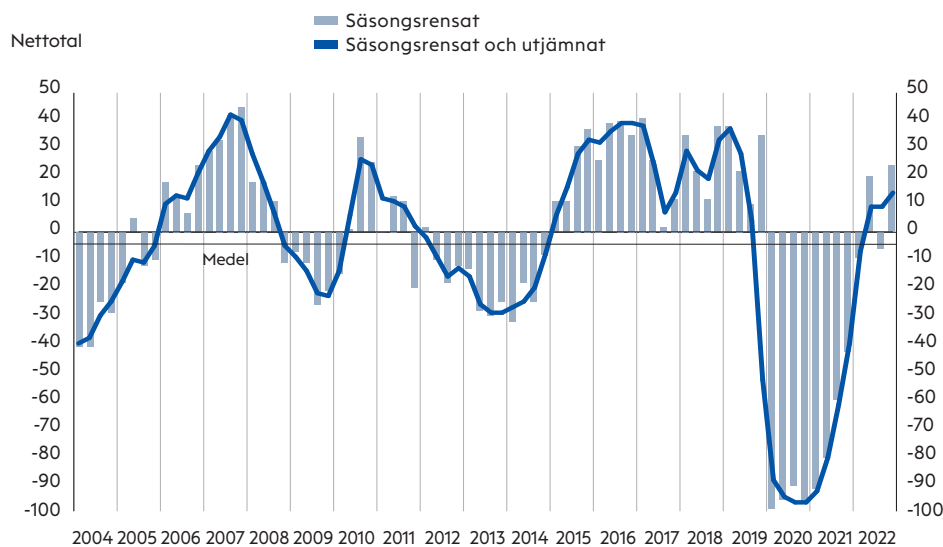


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 4:e 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.

DIFFUS 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.

Kvartal 4 visar på en ambivalens där nettotalet för försäljningspriserna föll medan synen på lönsamheten förbättrades. Utvecklingen kan dock vara ett resultat av en fördröjning där effekten av lägre försäljningspriser ännu inte slagit igenom. Mot den här bakgrunden förväntas synen på lönsamhet dämpas framgent.

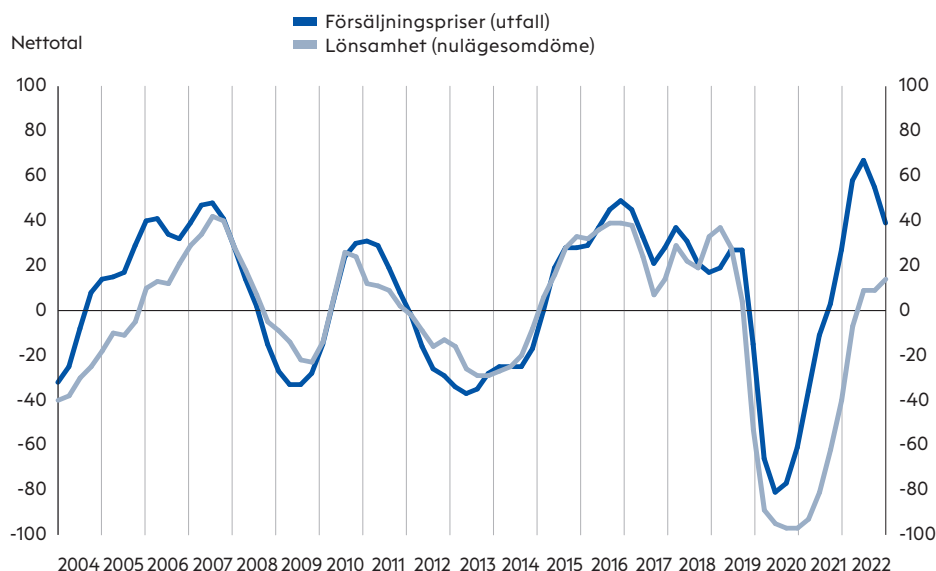


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 4:e kvartalet 2022.

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

SÄMRE LÖNSAMHET I TJÄNSTESEKTORN

Den nedåtgående trend och pessimism som karakteriserat synen på lönsamhet det senaste året i tjänstesektorn fortsatte dämpas under det fjärde kvartalet 2022. Nettotalet har försämrats till -7 vilket visar på en övervägande negativ inställning bland företagen, även fast det är en bra bit från de låga förväntningarna som observerades under Covid-19 pandemin.

25 procent av de tillfrågade företagen i tjänstesektorn under det fjärde kvartalet svarade att de hade dålig lönsamhet och lite över hälften av företagen att de hade tillfredsställande lönsamhet. Därmed uppgav färre än 2 av 10 företag att deras lönsamhet i dagsläget var god. Tjänsteföretagens fortsatt dämpade förväntningar på framtida efterfrågan indikerar en sämre lönsamhet framgent.

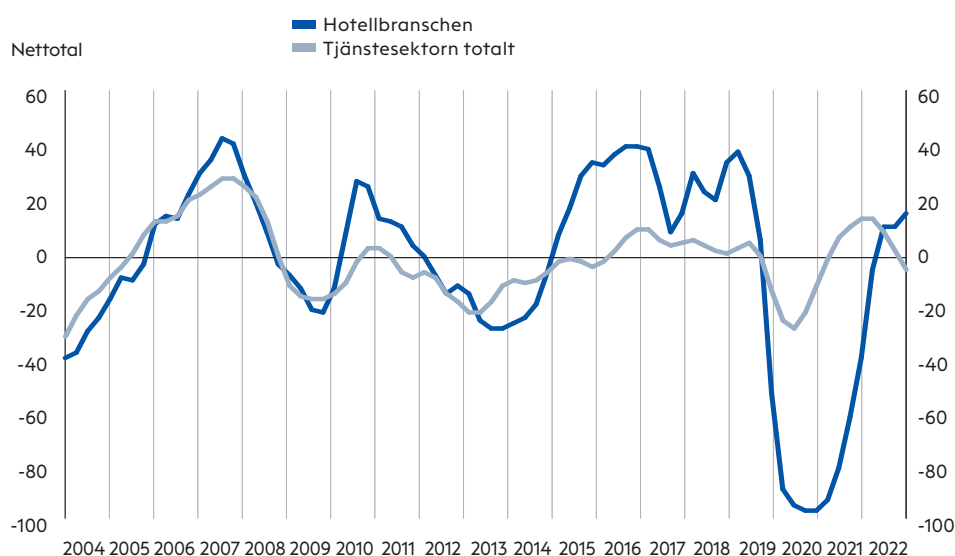


Diagram 7

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns bedömning av lönsamheten, säsongrensat och utjämnat, nuläge t.o.m. 4:e kvartalet 2022.

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.

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.

Under det fjärde kvartalet 2022 var sambandet fortsatt starkt där statistiken visar på en förbättring av både hotellföretagens syn på lönsamheten och den faktiska lönsamheten. Nettotalet för synen på lönsamhet har nått ett positivt värde medan den faktiska lönsamheten är strax under 0 vid -3,7 procent.

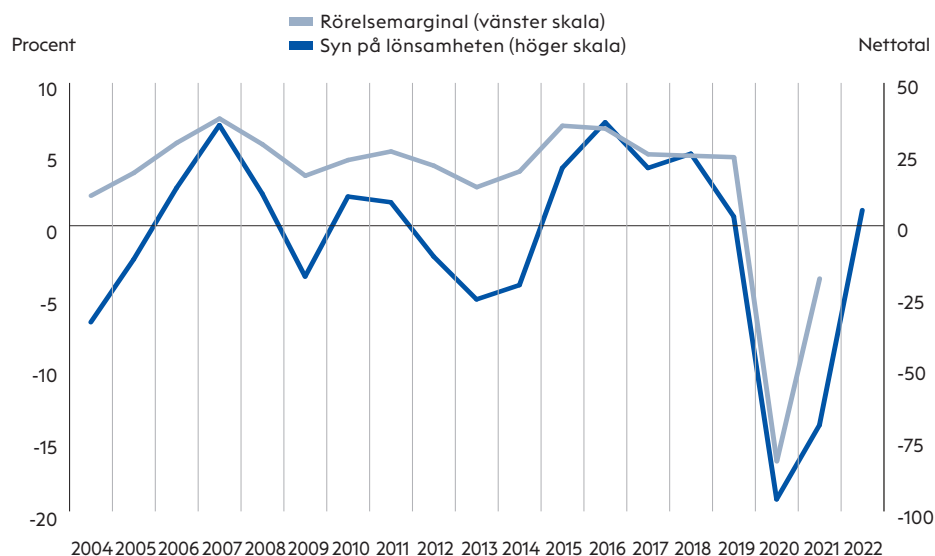


Diagram 8

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

TILLGODOSEDD PERSONALBRIST BLAND HOTELLFÖRETAG

Sedan pandemins utbrott i början av 2020 har hotellföretagens efterfrågan på personal synnerligen varit växlande. Under det andra kvartalet 2022 rapporterade 9 av 10 företag att de hade brist på personal vilket korrigerades under de följande månaderna med en våg av nyanställningar. 8 av 10 hotellföretag rapporterade följaktligen under det fjärde kvartalet 2022 att de inte hade brist på anställda. Drygt 6 av 10 företag förväntar sig en oförändrad personalstyrka de närmaste 3 månaderna medan ungefär lika stor andel förväntar sig en ökning som minskning.

Den omfattande rekryteringen kan ha varit överdimensionerad givet att efterfrågan dämpas framgent vilket flera nyckeltal och företag indikerar.

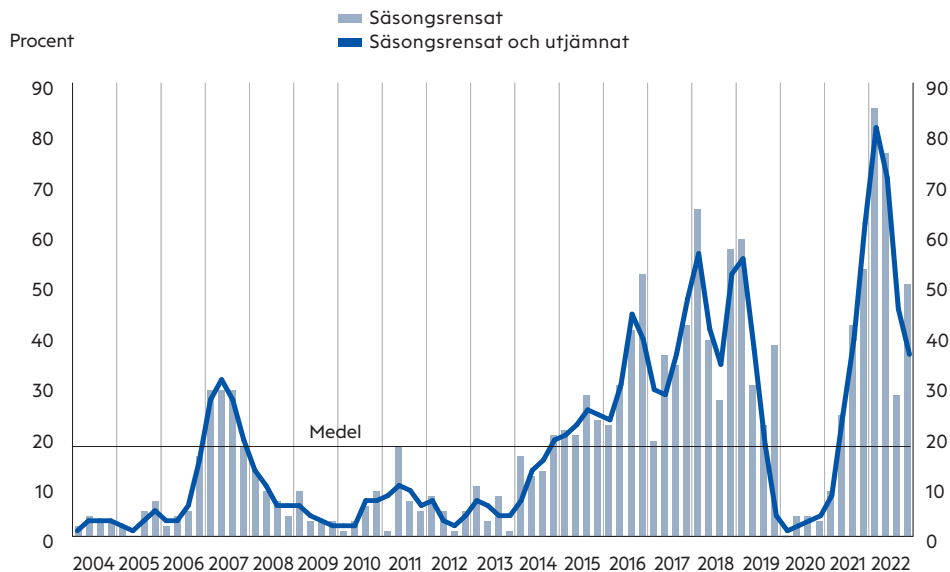


Diagram 9

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 4:e kvartalet 2022.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

ÄVEN TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER EN AVMATTNING I PERSONALBRISTEN

Tjänstesektorns personalbrist har utvecklats parallellt med hotellföretagens under de två senaste kvartalen. Nettotalen låg på 45 och 46 under det tredje kvartalet för hotellmarknaden och tjänstesektorn, vilket utvecklades till netttotal om 36 och 38 det fjärde kvartalet. Personalbristen som dämpades föregående kvartal fortsatte mattas av under det fjärde kvartalet då knappt 7 av 10 företag rapporterade att de inte hade en brist. Vidare uppgav färre än 2 av 10 tjänsteföretag att antalet anställda förväntas minska framgent trots pessimistiska prognoser om dämpad efterfrågan.

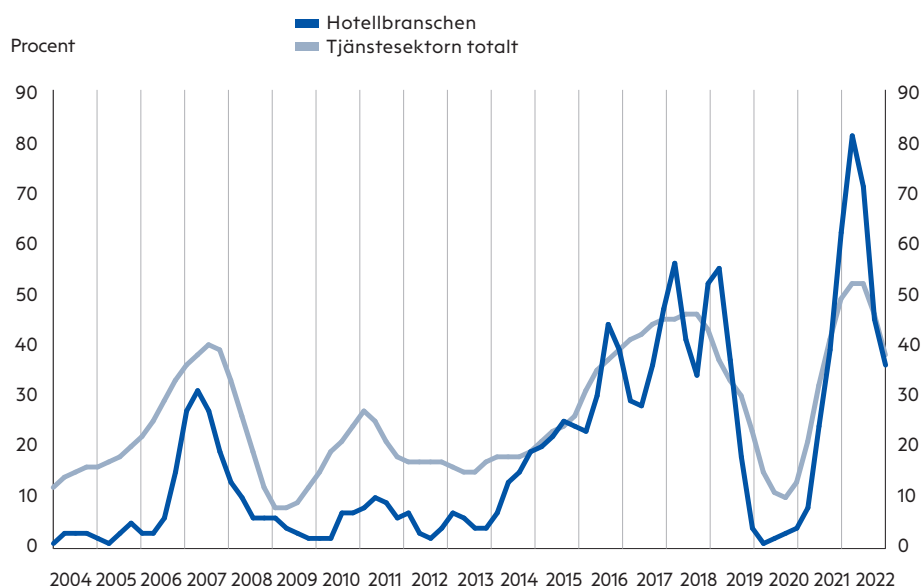


Diagram 10

Andelen hotellföretag respektive företag i tjänstesektorn som anger brist på personal, säsongrensade och utjämnade värden, andel f.o.m. 4: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.