

**Hotellmarknadens konjunkturbarometer
2:a kvartalet 2024**

**Positiv trend i synen på framtida
efterfrågan bland hotellföretagen**

Augusti 2024




Annordia
HOSPITALITY CONSULTING

INNEHÅLL

Sammanfattning / 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan / 4

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan indikerar en fortsatt positiv trend i branschen / 4

Ökade förväntningar på framtida efterfrågan i tjänstesektorn / 5

De ökade förväntningarna på framtida efterfrågan indikerar en ökning av logiomsättningens tillväxt inom kort / 6

Hotellföretagens förväntningar på priserna / 7

Det sjunkande nettotalet indikerar en dämpad prisutveckling / 7

Hotellföretagens syn på lönsamheten / 8

Försämrad 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

Antalet anställda i hotellbranschen förväntas förbli oförändrat på 3 månaders sikt bland de flesta hotellföretagen / 11

Tjänsteföretagen anger låg personalbrist / 12

Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer / 13

SAMMANFATTNING

MER POSITIV SYN PÅ EFTERFRÅGAN FRAMÖVER, MEN FORTSATT LÅG PERSONALBRIST I HOTELLBRANSCHEN

Under andra kvartalet ökade snittpriset och logiomsättningen i riket med 3,2 respektive 3,5 procent jämfört med samma kvartal året innan. Antalet belagda rum ökade dock bara med 0,3 procent medan beläggningsgraden sjönk med 0,5 procentenheter under samma period.

Hotellföretagens syn på den egna lönsamheten och utfallet av försäljningspriserna försämrades under kvartal 2. Däremot har synen på efterfrågan på 6 månaders sikt förbättrats jämfört med föregående kvartal. Personalbristen fortsatte att vara låg då 91 procent av hotellföretagen i undersökningen rapporterade att de inte har någon brist på personal. Vidare förväntar sig 83 procent av hotellföretagen och 55 procent av företagen i tjänstesektorn att antalet anställda förblir oförändrat på 3 månaders sikt.

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ EFTERFRÅGAN INDIKERAR EN FORTSATT POSITIV TREND I BRANSCHEN

Under andra kvartalet ökade snittpriset och logiomsättningen med 3,2 respektive 3,5 procent i riket jämfört med samma kvartal året innan. Antalet belagda rum ökade dock bara med 0,3 procent medan beläggningsgraden sjönk med 0,5 procentenheter under samma period.

Hotellföretagens syn på efterfrågan på 6 månaders sikt fortsatte att förbättras under andra kvartalet. Under perioden ökade det säsongrensade och utjämnade nettotalet från 33 till 43 enheter. Av de tillfrågade företagen svarade 93 procent att de förväntar sig en ökad eller oförändrad efterfrågan nästkommande 6 månader.

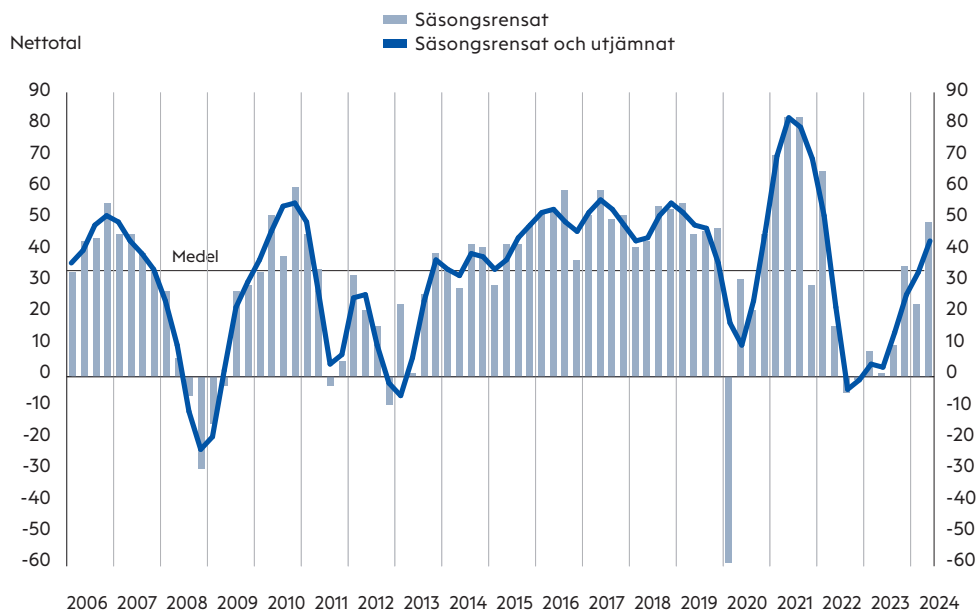


Diagram 1

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2: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 företagets tjänster. Ett värde över 0 indikerar större andel med positiva förväntningar än negativa förväntningar bland företagen.

ÖKADE FÖRVÄNTNINGAR PÅ FRAMTIDA EFTERFRÅGAN I TJÄNSTESEKTORN

Inom tjänstesektorn ökade förväntningarna på efterfrågan på 6 månaders sikt. Det säsongsrensade och utjämnade nettotalet ökade från 34 till 39 enheter, vilket visar på positiv syn på framtida efterfrågan bland de tillfrågade företagen.

Likt föregående kvartal förväntade sig knappt hälften av tjänsteföretagen en ökad efterfrågan på 6 månaders sikt medan inte ens 1 av 10 tjänsteföretag förväntade sig en lägre efterfrågan.

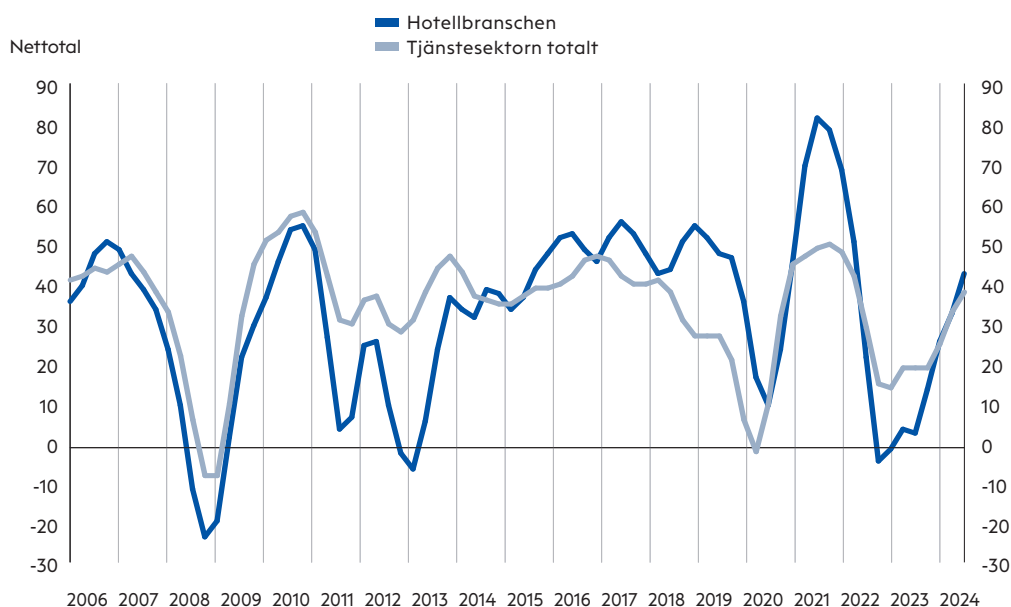


Diagram 2

Hotellföretagens och företagen i tjänstesektorns förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2024, 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.

DE 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 4 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.

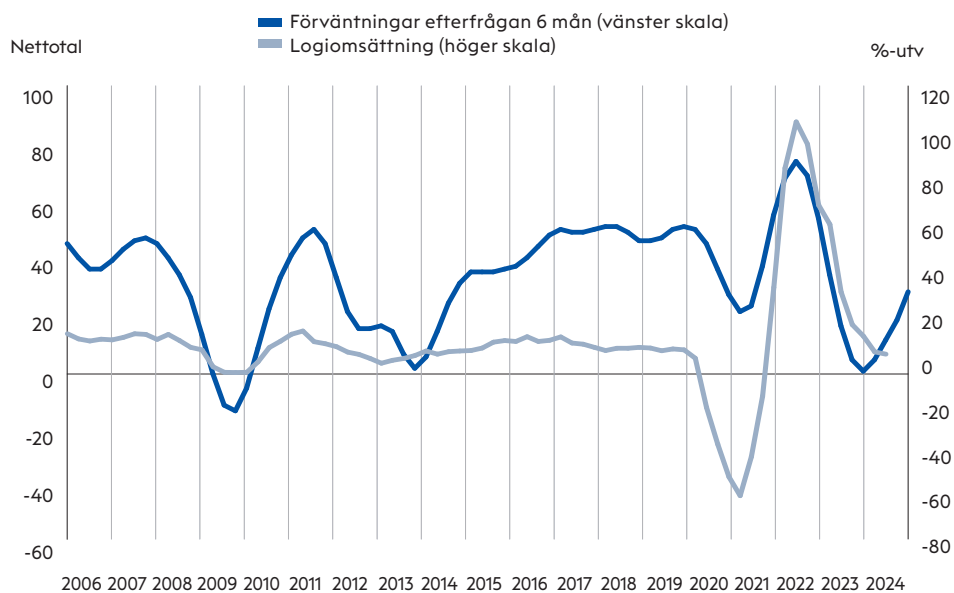


Diagram 3

Hotellföretagens förväntningar på efterfrågan på 6 månaders sikt f.o.m. 2:a kvartalet 2024 och faktisk utveckling av logiomsättning på hotell, 4 kvartals glidande medelvärde.

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

HOTELLFÖRETAGENS FÖRVÄNTNINGAR PÅ PRISERNA

DET SJUNKANDE NETTOTALET INDIKERAR EN DÄMPAD PRISUTVECKLING

Under andra kvartalet låg det genomsnittliga priset för hotellrum i Sverige på 1 261 kronor, vilket kan jämföras med 1 222 kronor under samma period året innan. Det motsvarar i sin tur en ökning på cirka 3,2 procent.

Hotellföretagens förväntningar på priserna de kommande 3 månaderna är dämpade. Det justerade och utjämnade nettotalet för hotellföretagens prisförväntningar på 3 månaders sikt har minskat från 23 till 10 enheter sedan första kvartalet. Det icke-säsongrensade justerade värdet har dock ökat från 13 till 16 enheter under samma period. Enligt svaren från undersökningen förväntar sig en tredjedel av hotellföretagen att priserna kommer att öka under nästkommande kvartal, medan två tredjedelar förväntar sig oförändrade priser.

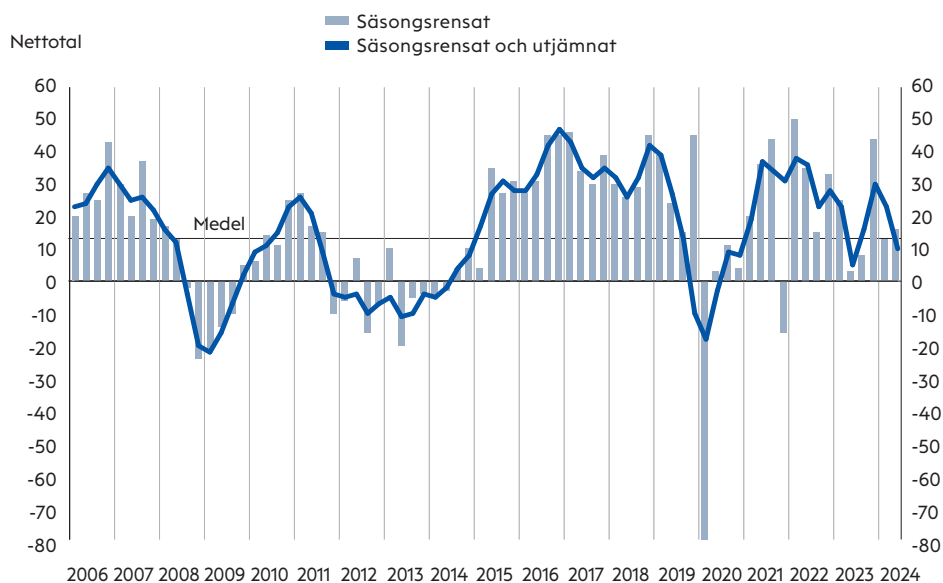


Diagram 4

Hotellföretagens förväntningar på försäljningspriserna på 3 månaders sikt t.o.m. 2:a kvartalet 2024.

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

FÖRSÄMRAD SYN PÅ LÖNSAMHET I HOTELLBRANSCHEN

Hotellföretagens nulägesomdöme av lönsamheten har en negativ trend med en minskning av det säsongsrensade och utjämnade nettotalet från -1 till -16 enheter från första till andra kvartalet. På frågan om hur lönsamheten är för hotellföretagen just nu var svaren relativt jämnt fördelade mellan ”God”, ”Tillfredsställande” och ”Dålig”.

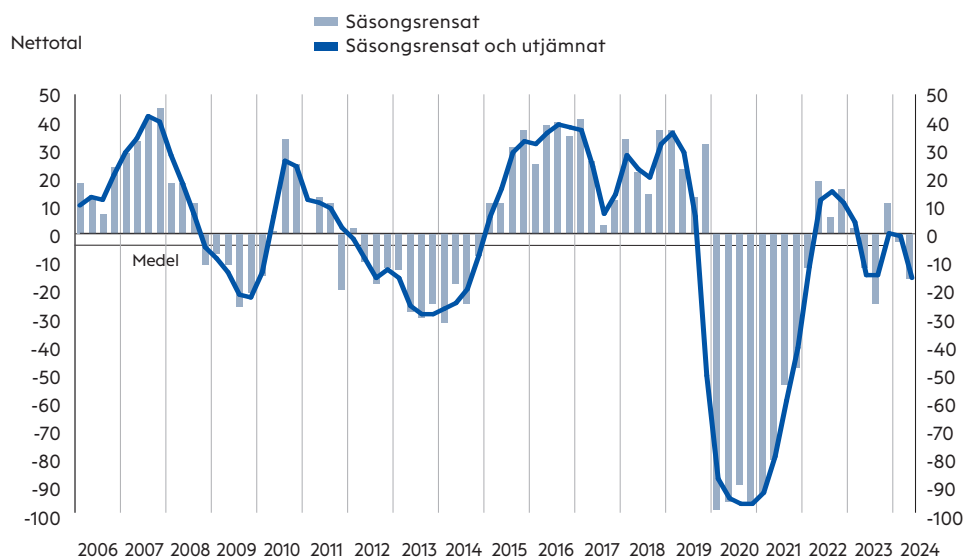


Diagram 5

Hotellföretagens bedömning av lönsamheten, nuläge t.o.m. 2: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 andra kvartalet noterades en negativ utveckling av de utjämnade nettotalen för försäljningspriser och nulägesomdömet av lönsamheten. Dessa två variabler brukar följa varandra historiskt sett.

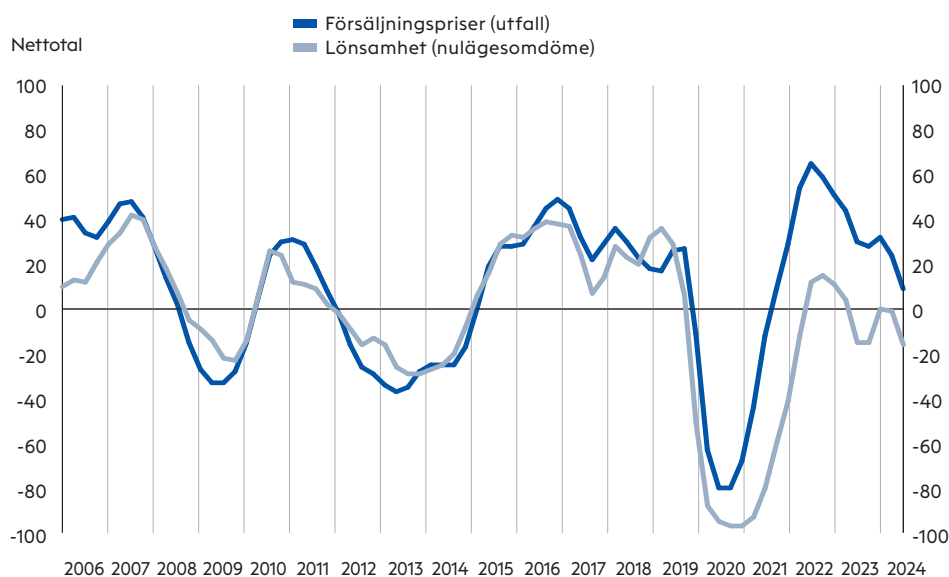


Diagram 6

Utfallet av försäljningspriserna enligt hotellföretagen och deras bedömning av lönsamheten t.o.m. 2:a kvartalet 2024.

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

FORTSATT PESSIMISTISK SYN PÅ LÖNSAMHETEN I TJÄNSTESEKTORN

Synen på lönsamhet i tjänstesektorn som stort förblev oförändrad på -15 enheter från första till andra kvartalet. Enligt svaren från undersökningen upplevde drygt hälften av de tillfrågade företagen att nuvarande lönsamhet var tillfredsställande, medan cirka 3 av 10 företag upplevde en svag lönsamhet och knappt 2 av 10 upplevde en god lönsamhet.

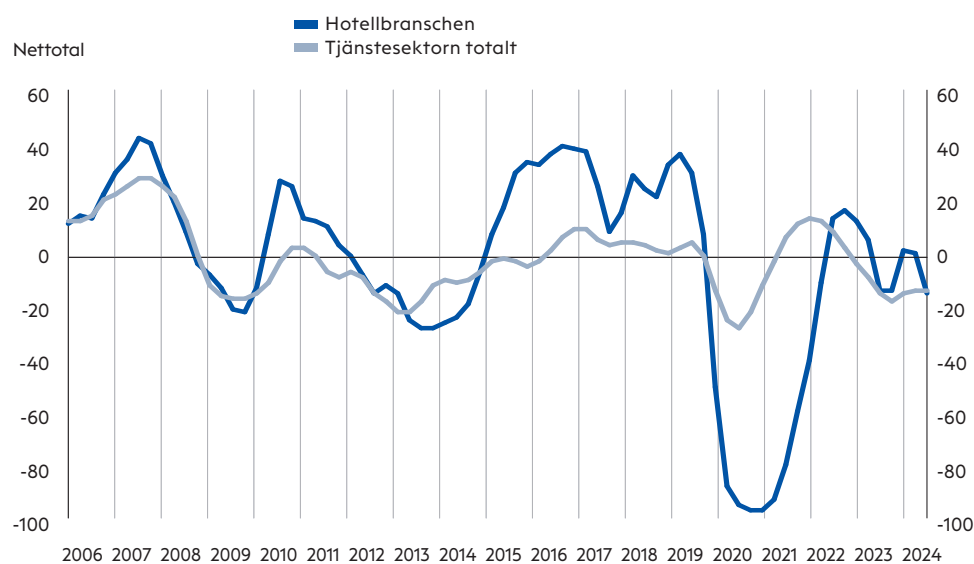


Diagram 7

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

BRISTEN PÅ PERSONAL I HOTELLBRANSCHEN

ANTALET ANSTÄLLDA I HOTELLBRANSCHEN FÖRVÄNTAS FÖRBLI
OFÖRÄNDRAT PÅ 3 MÅNADERS SIKT BLAND DE FLESTA HOTELLFÖRETAGEN

Den låga personalbristen fortsatte under andra kvartalet med små förändringar. Bland hotellföretagen minskade det säsongsanpassade och utjämnade nettotalet från 11 till 5 enheter, vilket tyder på en minskad brist på personal. I undersökningen uppgav drygt 9 av 10 företag att de inte hade någon brist på personal.

På 3 månaders sikt förväntar sig drygt 8 av 10 hotellföretag att deras antal anställda kommer att förbli i princip oförändrat. Av de återstående företagen förväntar sig ungefär hälften en ökning och hälften en minskning. Under första kvartalet förväntade sig nästan en tredjedel av företagen att deras antal anställda skulle öka framöver.

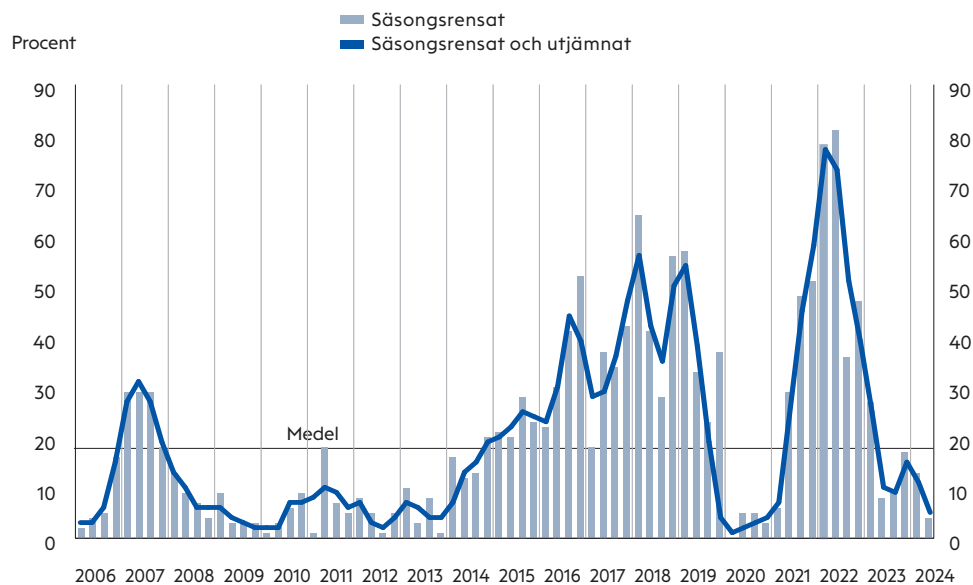


Diagram 8

Andel hotellföretag som anger brist på personal, andel t.o.m. 2:a kvartalet 2024.

Källa: Konjunkturbarometern kvartal (Konjunkturinstitutet).

TJÄNSTEFÖRETAGEN ANGER LÅG PERSONALBRIST

Under andra kvartalet minskade det säsongsrensade och utjämnade nettotalet för brist på personal bland tjänstebolagen från 24 till 23 enheter och i hotellbranschen minskade nettotalet från 11 till 5 enheter.

På 3 månaders sikt förväntar sig omkring 55 procent av alla tjänsteföretag i undersökningen att de kommer behålla sin personal på samma nivå, medan cirka 30 procent förutspår en ökning och 15 procent en minskning.

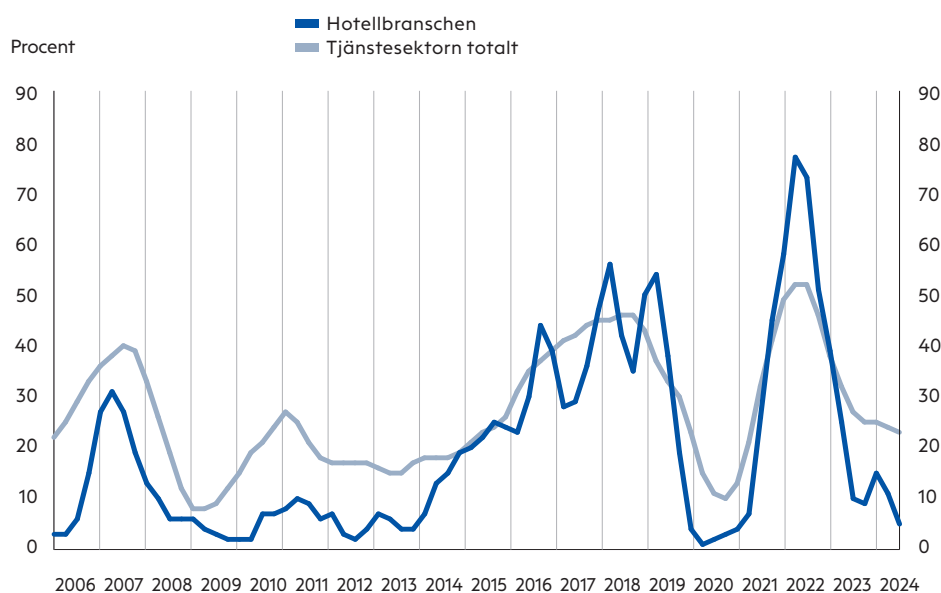


Diagram 9

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