



RTS Konjunkturbarometer 2010

RTS Konjunkturbarometer för 2010 visar att landets rese- och turistföretagare har en mer positiv syn på den ekonomiska utvecklingen i rese- och turistnäringsnämnden idag, jämfört med vad de hade under 2009. Denna positiva syn speglas även i en ökad andel planerade nyinvesteringar samt heltidsanställningar under de närmaste tolv månaderna.

Om RTS Konjunkturbarometer

Konjunkturbarometern presenteras årligen av Rese- och Turistnäringsnämnden i Sverige (RTS), i samarbete med regionala turistorganisationer.

Bakgrund

Målet med undersökningen är att undersöka nuläge samt framtida behov av kompetens, nätverk, samverkan, utveckling och stöd. Det övergripande målet med konjunkturbarometern är att bidra till att skapa goda och självförsörjande företag runtom i Sverige.

Beskrivning

Barometern baseras på en kvantitativ enkätundersökning hos landets rese- och turistföretagare. Undersökningen syftar till att följa och stimulera utvecklingen av näringsens företagare via konjunkturbarometern. Barometern ger en situationsanalys av olika förhållanden, i relation till tid och samhälleliga förändringar.



RTS Konjunkturbarometer 2010

Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
Ekonomiska framtidsutsikter	5-6
Samverkan	7
Företagsutveckling och finansiellt stöd	8
Hinder för tillväxt	9
Företagsledare i rese- och turistnäringen	10
Appendix	11-12

RTS Konjunkturbarometer 2010

Sammanfattning - jämförelse med konjunkturbarometern 2009

- ↑ Optimismen för den ekonomiska utvecklingen i rese- och turistnäringen som helhet ökar under 2010 jämfört med 2009.
- En ökad andel verksamheter uppger att de ser *ganska positivt* på hur det rådande konjunkturläget hittills har påverkat försäljningsintäkterna.
- Företag planerar i högre grad både *nya investeringar i den egna verksamheten*, såväl som ett *ökat antal heltidsanställda* under de närmaste 12 månaderna jämfört med 2009.
- Kunskapen om hur man kan få stöd gällande *företagsutveckling* samt *finansiella stöd och bidrag* ligger kvar på samma nivå som under 2009.

- ↓ Andelen verksamheter som uppger att de har påverkats *ganska eller mycket negativt* av det rådande konjunkturläget vad gäller intäkter ökar något under 2010 jämfört med under 2009.

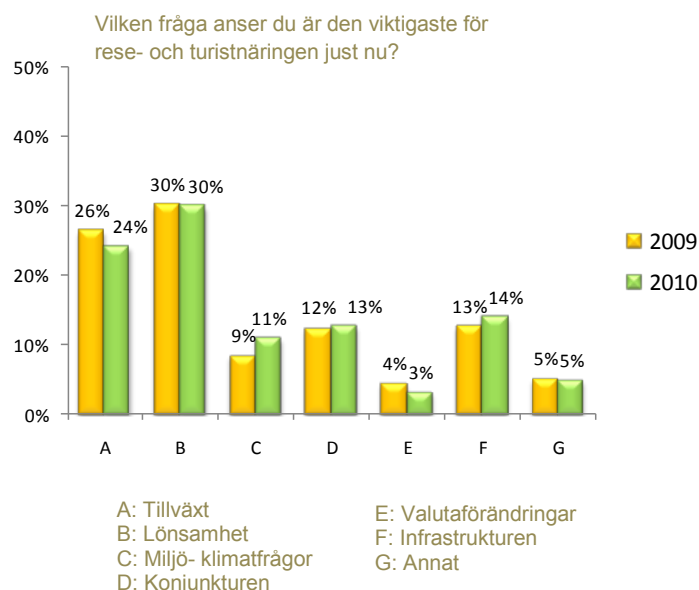
Denna bild visar på de olika situationer verksamheter inom rese- och turistnäringen befinner sig i beroende på var i näringen de verkar.

Resebyråer eller *researrangörer* är de verksamheter som främst uppger att deras försäljningsintäkter har påverkats negativt av det rådande konjunkturläget.

Den viktigaste frågan för rese- och turistnäringen just nu

Precis som under 2009 är *lönsamhet* den fråga företagen anser vara allra viktigast för rese- och turistnäringen just nu, och på andra plats hamnar även denna gång behovet av *tillväxt*. Efterfrågan på en bättre fungerande *infrastruktur* ökar något jämfört med 2009 och ligger kvar på tredje plats. Då antalet internationella besökare beräknas öka markant framöver*, kommer även kravet på tillgänglighet/infrastruktur att bli ännu större.

Miljö- och klimatfrågor är en av de frågor som ökar i betydelse enligt de verksamheter som ingår i denna undersökning. Då miljö- och klimatfrågor även utgör en allt viktigare konkurrensfördel för turistföretag på en internationell marknad** kommer även denna fråga att bli mer betydelsefull i framtiden.



Juli 2010

* RTS Index Q1 2010

** World Economic Forum: Travel & Tourism Competitiveness Report 2009

RTS Konjunkturbarometer 2010

Ekonomiska framtidsutsikter

Förutsättning för ekonomisk utveckling

Över 70 procent av det totala antalet tillfrågade företag och verksamheter som ingår i denna undersökning uppger att de har en optimistisk syn på förutsättningarna för ekonomisk utveckling i rese- och turistnäringen som helhet de närmaste 12 månaderna.

Camping/vandrarhem/stugbyar är den grupp som är mest positiv vad gäller den ekonomiska utvecklingen, och *en ökad tillströmning av internationella kunder* anges som en förklaring till varför de känner denna tillförsikt inför framtiden. Redan idag uppger över hälften av de verksamheter som ingår i denna undersökning att drygt en femtedel av deras omsättning kommer från just internationella kunder (se appendix). Segmenten privatkonsumtion och internationell konsumtion ökar kraftigt*, något som alltså redan återspeglas på campingar, vandrarhem och i stugbyar.

Konjunkturläge och försäljningsintäkter

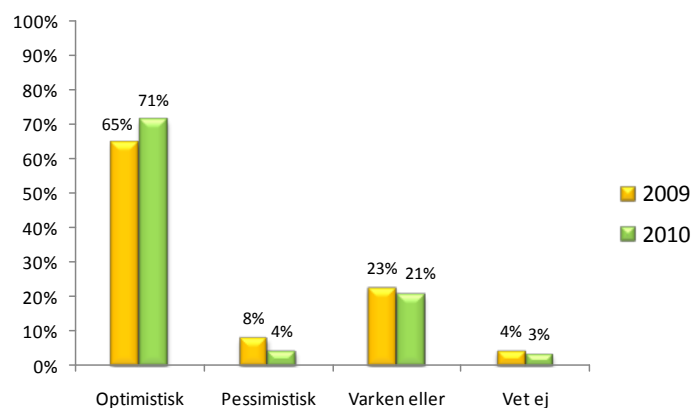
Andelen verksamheter som uppger att deras försäljningsintäkter har påverkats *ganska positivt* av det rådande konjunkturläget ökar markant under 2010 jämfört med 2009. Det är framförallt verksamheter som uppger att de *inte har påverkats alls* som minskar jämfört med 2009. Samtidigt ökar den andel som uppger att de har påverkats negativt något.

Det är främst verksamheter med stor omsättning som uppger att deras försäljningsintäkter har påverkats positivt av det rådande konjunkturläget. Över 40 procent av de verksamheter som omsätter 50 miljoner SEK eller mer per år uppger att de har påverkats positivt. Detta kan jämföras med verksamheter som omsätter mellan 0 och 0,5 miljoner SEK per år där omkring 25 procent uppger att de har påverkats positivt av det rådande konjunkturläget.

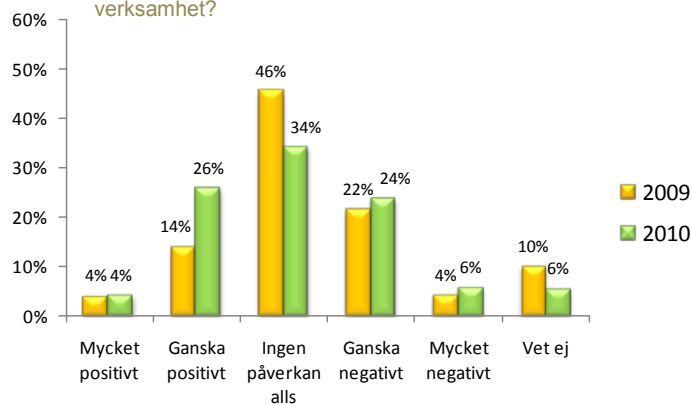
Två grupper som är något mindre positiva i sin syn på den ekonomiska utvecklingen är verksamheter inriktade på **kultur**, samt **nöjes- /temaparker**. Verksamheter inriktade på kultur har även den lägsta omsättningen från internationella kunder. Nära 40 procent av verksamheter inriktade på kultur uppger att de har 0 procent omsättning från internationella kunder.

Resebyråer eller **researrangörer** är de verksamheter som främst uppger att deras försäljningsintäkter har påverkats negativt av det rådande konjunkturläget. Askmolnet i och med vulkanen Eyjafjallajökulls utbrott uppges i flera kommentarer vara en starkt bidragande orsak till detta.

Hur ser du på förutsättningarna för ekonomisk utveckling i rese- och turistnäringen som helhet de kommande 12 månaderna?



Hur har det rådande konjunkturläget hittills påverkat försäljningsintäkterna i din verksamhet?



RTS Konjunkturbarometer 2010

Ekonomiska framtidsutsikter forts.

Den totala andelen företag som planerar att både investera i sin egen verksamhet och att öka antalet heltidsanställda under de närmaste tolv månaderna ökar jämfört med 2009, och det är de stora företagen som har högst investeringsvilja.

Nyinvesteringar

Nära 80 procent av de verksamheter som har mellan 50 och fler anställda planerar att investera inom de närmaste 12 månaderna. Det är dock viktigt att uppmärksamma att en majoritet av alla verksamheter, oavsett antal anställda, har planer på nya investeringar under de närmaste 12 månaderna.

Samma mönster kan även utläsas vad gäller verksamheternas omsättning: ju högre omsättning en verksamhet har desto större är dess investeringsvilja. En kategori som dock skiljer sig från mängden är de verksamheter som har en omsättning på mellan 0,5 och 1 miljon SEK per år. Inom denna grupp planerar nära 60 procent att investera inom de närmaste 12 månaderna.

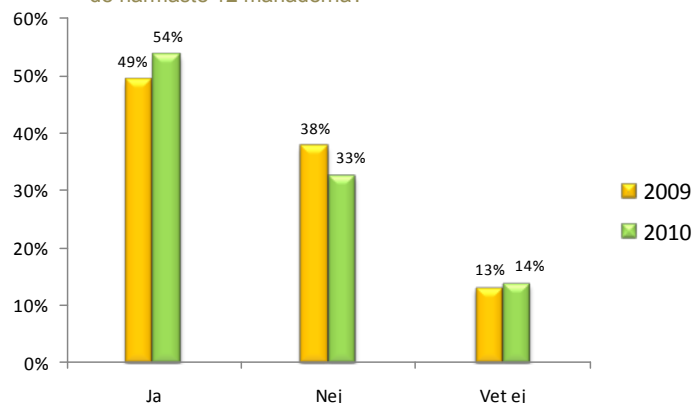
Att dessa verksamheter visar en hög investeringsvilja beror troligtvis på att båda dessa grupper befinner sig vid en brytpunkt: verksamheter med en relativt stor omsättning är exempelvis mogna för internationell expansion, medan mikroföretag vanligtvis står inför den tröskel som uppstår när små företag ska växa ytterligare.

Nyanställningar

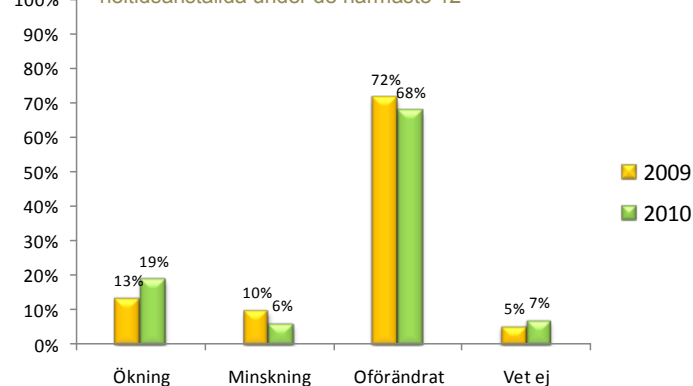
Rese- och turistnäringen som helhet ser ljus på framtiden vad gäller nyanställningar de närmaste tolv månaderna. Omkring en femtedel planerar för nyanställningar. Den sektor som framförallt ser en ljusning vad gäller nyanställning är **resebyråer** och **researrangörer**.

Verksamheter med inriktning mot **kultur** utgör den kategori som är mest tveksam till om nyanställningar kan bli aktuella under de närmaste 12 månaderna. I denna sektor har dock en majoritet svarat att antalet anställda kommer att vara *oförändrat* under de närmaste 12 månaderna. Att denna grupp är mer beroende av bidrag än övriga verksamheter kan vara en förklaring till tveksamheten inför nyanställning.

Planerar du investeringar för ditt företag under de närmaste 12 månaderna?



Planerar ert företag att öka eller minska antalet heltidsanställda under de närmaste 12



RTS Konjunkturbarometer 2010

Samverkan

Precis som i 2009 års konjunkturbarometer uppger över 70 procent av deltagarna i denna undersökning att samverkan med andra företag är mycket viktigt.

Samverkan med andra företag

De sektorer som framförallt framhåller vikten av samverkan är **resebyråer** och **researrangörer** och **aktivitetsföretag/sport/rekreation**. Inom resesektorn framhålls bland annat vikten av att ha pålitliga samarbeten med underleverantörer. Även behovet av lokala och regionala nätverk lyfts fram som en viktig variabel för att den egna verksamheten ska ha möjlighet att växa. Utan ett fungerande affärsnätverk riskerar de små verksamheterna att stagnera, och därmed inte kunna växa och vidareutvecklas.

Samverkan med offentliga aktörer

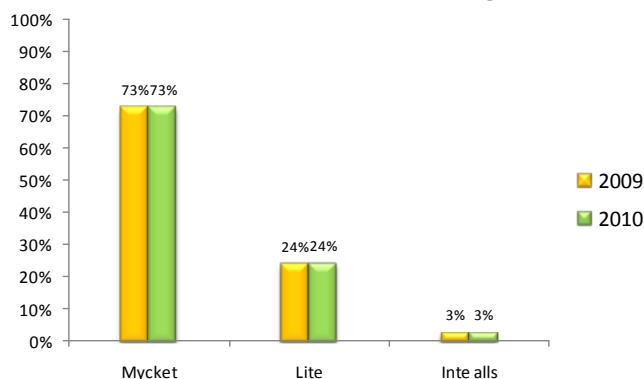
När det gäller vikten av samverkan med offentliga aktörer liknar bilden 2010 på många sätt den från 2009. Att samverka med offentliga aktörer anses fortfarande inte vara lika viktigt som att ha en fungerande samverkan med privata aktörer. Kategorin **kultur** skiljer sig dock från de övriga verksamheterna även i detta fall, då denna grupp uppger att det är precis lika viktigt att samverka med offentliga aktörer som det är att samverka med privata aktörer. Som det även tidigare har konstateras kan detta till del bero på denna sektors högre andel bidrag och subventioner från just offentliga aktörer.

Affärsnätverk för samverkan

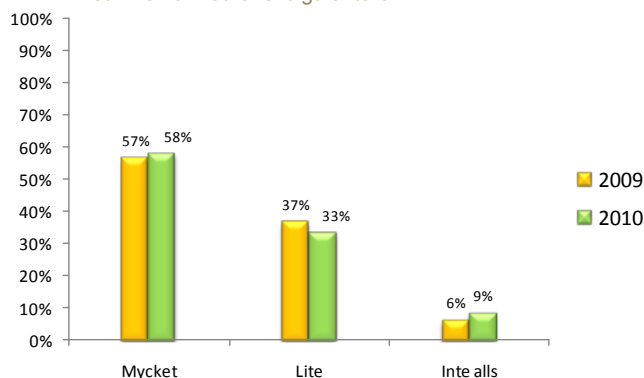
Affärsnätverk för samverkan är något de allra flesta verksamheter efterfrågar. Endast omkring 18 procent anser att de inte har något behov alls av denna typ av samverkan, och precis som 2009 är **marknadsföring** det som företagen generellt helst vill ingå samarbete kring.

Fram till att en verksamhet omsätter upp till 10 miljoner SEK per år så är samverkan gällande marknadsföring allra högst upp på önskelistan. För företag som omsätter 50 miljoner SEK eller mer per år är det istället samverkan gällande kompetensförsörjning som efterfrågas mest.

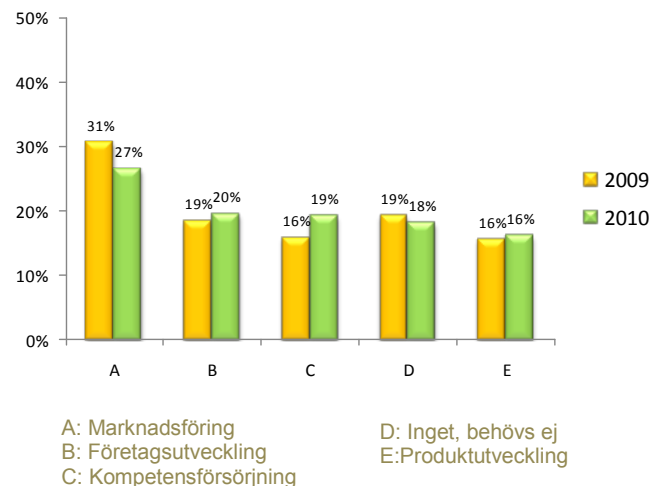
Hur viktigt är det för utvecklingen i din verksamhet att samverka med andra företag?



Hur viktigt är det för din verksamhets utveckling att samverka med offentliga aktörer?



Inom vilka områden saknar du affärsnätverk för samverkan?



RTS Konjunkturbarometer 2010

Företagsutveckling och finansiellt stöd

Kunskapen om var man kan få stöd, både gällande företagsutveckling och olika typer av finansiellt stöd, har ökat marginellt under 2010 jämfört med 2009.

Företagsutveckling

De två sektorer som främst känner till hur man som företag kan erhålla stöd för företagsutveckling är **camping/vandrarhem/stugby** och **aktivitetsföretag/sport/rekreation**. Att den förstnämnda kategorin generellt har en större kunskap om offentliga stödsystem än övriga sektorer kan till del bero på att dessa verksamheter i en högre grad än andra är härstammar från offentliga verksamheter. Ingen av ovan nämnda sektorer är dock odelat nöjda med hur denna typ av stöd fungerar. I ett flertal kommentarer beskrivs till exempel denna typ av stöd som *otydligt* och *begränsat*.

Offentliga finansieringsstöd och bidrag

Vad gäller offentliga finansieringsstöd och bidrag är det framförallt verksamheter med inriktning mot **kultur** som uppger att de har en bra kunskap om detta. Generellt upplever denna grupp att offentliga finansieringsstöd och bidrag är ett enklare och tydligare val än privata alternativ. Bilden är dock tvetydig då andra kommentarer från aktörer inom denna sektor uppger att både privata och offentliga alternativ ofta kan upplevas som något av en *djungel*.

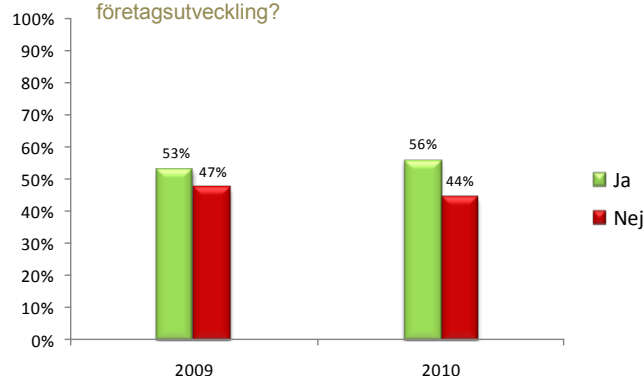
Resebyråer/researrangörer är den grupp som uppger att de har minst kunskap om både hur de kan få tillgång till stöd gällande företagsutveckling, och hur de kan få tillgång till olika typer av offentliga finansieringsstöd och bidrag. En vanlig kommentar från denna grupp är att det är *alldeles för omständigt* att söka och få kapital för utveckling.

Privat finansiering

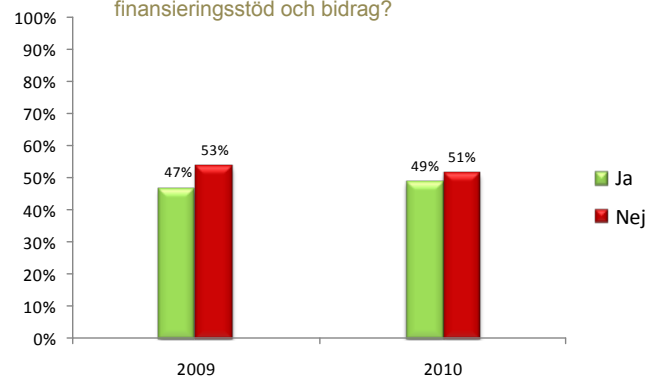
Hotell och Restaurang är den sektor som har bäst kunskap om privat finansiering. Detta beror sannolikt på att denna sektor i högre grad än andra har kommit i kontakt med privat finansiering i samband med bland annat fastighetsinvesteringar.

Kultursektorn har minst kunskap om denna typ av finansiering, och en relativt vanlig kommentar är att man heller inte är *särskilt intresserad av denna typ av finansiering*.

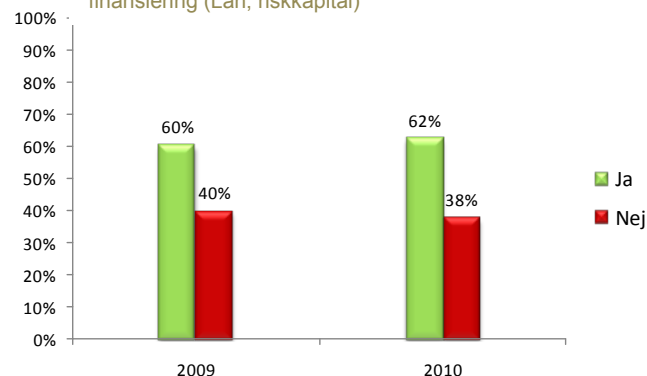
Vet du var du får stöd gällande företagsutveckling?



Vet du var du får stöd gällande offentliga finansieringsstöd och bidrag?



Vet du var du får stöd gällande privat finansiering (Lån, riskkapital)?



RTS Konjunkturbarometer 2010

Hinder för tillväxt

Precis som i RTS Konjunkturbarometer 2009 upplevs *begränsad tillgång till kapital* samt *brist på egen tid* som två av de främsta hindren för tillväxt i rese- och turistnäringen.

Brist på egen tid upplevs som det allra största hindret för tillväxt för verksamheter med en omsättning mellan 0 och 5 miljoner SEK per år. Detta hinder hamnar dock allt längre ner på skalan ju större omsättning en verksamhet har.

Även *begränsad tillgång till kapital* är ett problem som hamnar relativt högt upp på listan över hinder för tillväxt för verksamheter som omsätter mellan 0 och 5 miljoner SEK per år. För verksamheter som omsätter mellan 5 och 25 miljoner SEK per år uppges detta till och med vara det allra största hindret för tillväxt.

Detta hinder minskar sedan i betydelse för företag som omsätter mellan 25 och 50 miljoner SEK eller mer per år, vilka istället anger att *hård konkurrens* är ett av de största hindren för tillväxt. För verksamheter med en omsättning på 50 miljoner SEK eller mer per år är bristen på fungerande *infrastruktur* ett stort problem.

Sammanfattningsvis visar detta att små verksamheter främst är i behov av egen tid, att medelstora verksamheter framförallt är på jakt efter nytt kapital medan stora verksamheter upplever en ökad konkurrens när de till exempel ska ta sig in på en global marknad.

Krängliga *myndighetsregler* upplevs dock som ett problem oavsett vilken omsättning en verksamhet har.

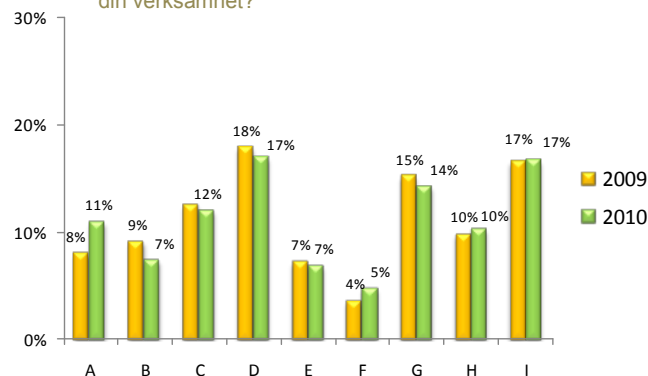
Affärskunskap

Om man bortser från variabeln omsättning så är **affärsutveckling** och **strategier** den typ av affärskunskap som företag oftast uppger att de saknar i den egna verksamheten. I de allra minsta företagen efterfrågas dock främst kunskap om **marknadsföring**.

En anledning till detta är att små och medelstora företag ofta saknar möjlighet att själva marknadsföra sin produkt. De behöver snarare ingå i ett nätverk som under ett gemensamt paraply kan marknadsföra produkterna. Behovet av en djupare insikt gällande marknadsföring ligger dock högt upp på listan fram till att en verksamhet uppnår en omsättning på omkring 50 miljoner SEK per år.

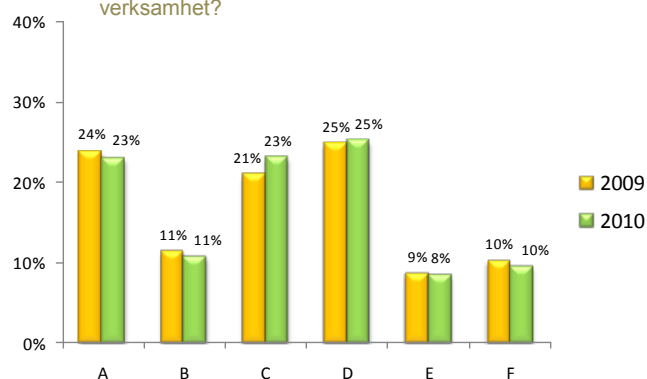
När ett företag når en omsättning på omkring 50 miljoner per år är det istället behovet av kunskap gällande exempelvis HR/Personal som ökar.

Vad upplever du är största hindret för tillväxt i din verksamhet?



A: Hård konkurrens
B: Bristande efterfråga
C: Dålig lönsamhet
D: Begränsad tillgång till kapital
E: Begränsad tillgång till lämplig arbetskraft
F: Kompetensbrist inom egna företaget
G: Myndighetsregler
H: Dålig infrastruktur
I: Brist på egen tid

Vilken typ av affärskunskap saknas främst i er verksamhet?



A: Marknadsföring/Försäljning
B: Ekonomi
C: Juridik
D: Affärsutveckling/Strategier
E: HR/Personal
F: Verksamhetsspecifik kunskap

RTS Konjunkturbarometer 2010

Företagsledare i rese- och turistnäringen

Andelen verksamheter i rese- och turistnäringen som har en kvinnlig företagsledare uppgår till 45 procent i 2010 års konjunkturbarometer. Denna jämna fördelning av manliga respektive kvinnliga företagsledare hittar man sannolikt inte i någon annan bransch.

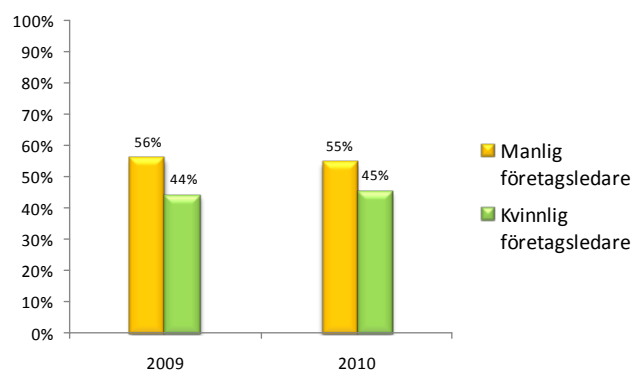
Den sektor som har störst andel kvinnliga företagsledare är kategorin **hotell** och **restaurang**. Andelen kvinnliga företagsledare i denna grupp uppgår till 42 procent, medan de manliga företagsledarna står för omkring 45 procent. Den resterande andelen utgörs av ett delat ledarskap, med både en kvinna och en man på ledande positioner.

Kvinnliga och manliga företagsledare i rese- och turistnäringen driver i hög grad samma typ av verksamheter, med några undantag. Omkring en femtedel av de företag som leds av män utgörs av verksamheter med inriktning mot **aktivitetsföretag/sport/rekreation**. Av de företag som kvinnliga företagsledare driver utgör denna typ av verksamhet endast omkring 10 procent. På samma sätt skiljer det sig åt vad gäller verksamheter inriktade på **kultur**. Denna kategori utgör ungefär en femtedel av de verksamheter som leds av kvinnor, respektive 10 procent av de verksamheter som drivs av en manlig företagsledare.

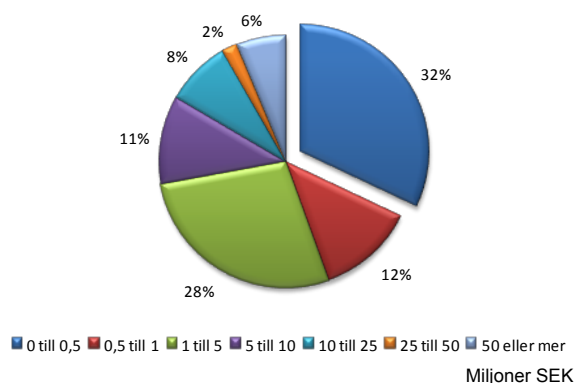
Omsättning

Att kvinnliga företagsledare i rese- och turistnäringen övervägande återfinns i verksamheter som omsätter mellan 0 och 0,5 miljoner SEK per år speglar dock hur samhället i stort ser ut. Även i denna bransch är det män som i betydligt högre grad besitter ledarpositioner i verksamheter som omsätter mellan 10 till 50 miljoner eller mer per år.

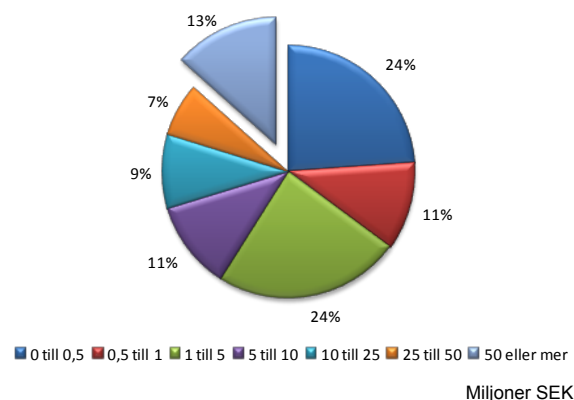
Har din verksamhet en manlig eller kvinnlig företagsledare?



Andel av verksamheter som kvinnliga företagsledare driver uppdelat på omsättning per år



Andel av verksamheter som manliga företagsledare driver uppdelat på omsättning per år

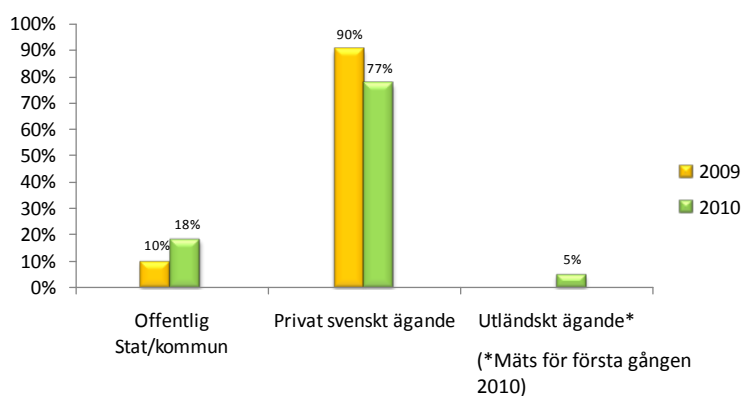


RTS Konjunkturbarometer 2010

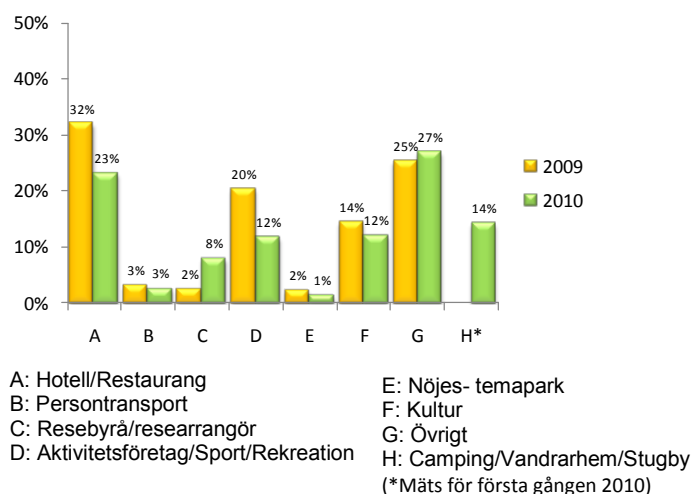
Appendix

I konjunkturbarometern för 2010 ingick 900 responderande verksamheter. Målgruppen är företrädare för svenska rese- och turistföretag. Företagen representerar flera verksamhetsområden inom näringen, såsom hotell och restaurang, transport, kultur, researrangör, aktivitetsföretag, nöjes- och temaföretag och camping och vandrarhem.

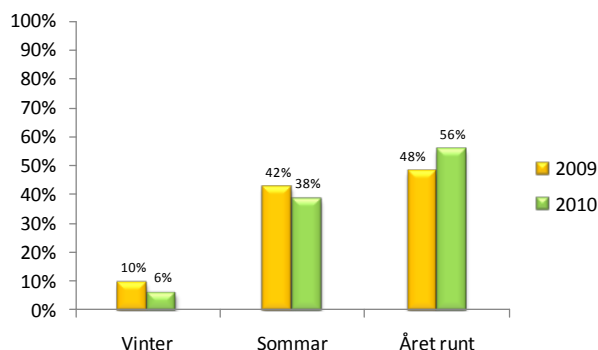
Arbetar du i offentlig eller privat verksamhet?



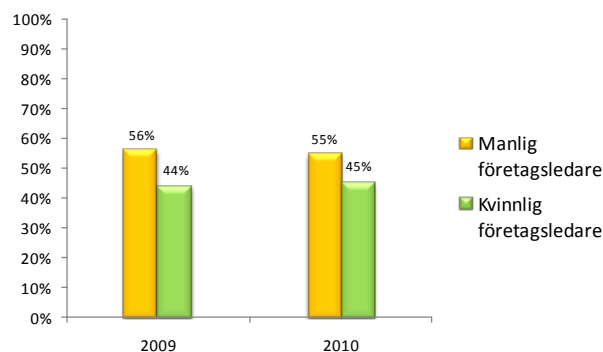
Vilken är din huvudsakliga verksamhet?



Vilken är din verksamhets huvudsakliga säsong ?



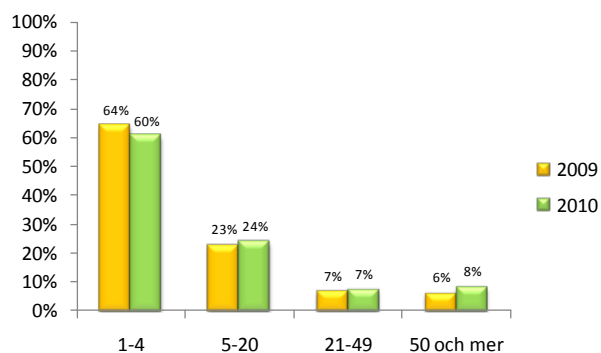
Har din verksamhet en manlig eller kvinnlig företagsledare?



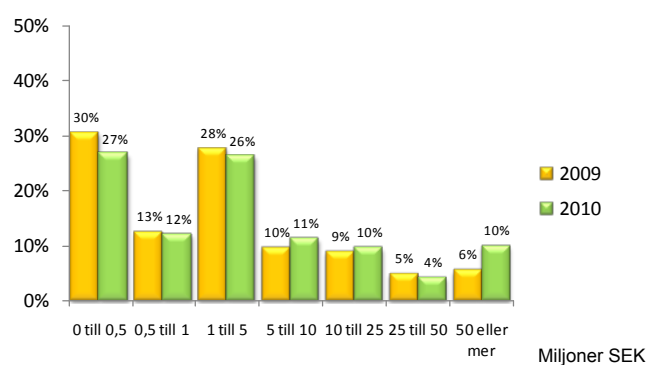
RTS Konjunkturbarometer 2010

Appendix forts.

Storlek på verksamhet



Hur mycket omsätter din verksamhet per år?



*Hur stor andel av er omsättning kommer från internationella kunder?

