

Turistrådet Västsverige

Index för besöksnäringen i Västsverige



Sammanfattning

- Deltagande företag

440 företag i Västsverige fick enkäten och 220 valde att svara på frågorna. Det innebär en svarsfrekvens på 50% vilket är högt vid den typen av undersökningar. Det blev följande fördelning mellan branscherna: logi 102, restaurang/café 46 och aktivitet/attraktion/sevärdhet 72 företag.

- Storleken på företag

Majoriteten av företag har 0-5 anställda. Det skiljer sig mellan branscherna. Aktivitetsföretag är övervägande mycket små, under 5 anställda. Restauranger/caféer samt logi har mellan 1-15 anställda.

- Utfall för sommarperioden juni-augusti 2014

Företag inom samtliga branscher hade fler kunder från Sverige och utlandet samt en högre omsättning än samma period föregående år. 69% av företagen har haft bättre omsättning och 59% har gått med vinst under perioden.

- Förväntad utveckling under perioden september-december 2014

Majoriteten av turistföretagen i Västsverige är optimistiska inför hösten. Totalt tror en tredjedel att deras omsättning kommer att öka under perioden september-december 2014 jämfört med samma period året innan. 75% av boendeanläggningarna har redan lika många eller fler bokningar som vid samma tidpunkt förra året. Var tredje företag i respektive bransch tror att de kommer att ha fler gästnätter/kunder under hösten.

- Framtida investerings- och rekryteringsplaner

Majoriteten av företag (70%) har sagt att de inte kommer att nyrekrytera under den kommande 12-månadersperioden. Det är ingen större skillnad mellan branscherna. Tittar man däremot på det positiva svaret, visar det sig att vart femte företag inom logi och restaurang/café kommer att rekrytera och vart tionde inom aktivitet.

Gällande nyinvesteringar är företagen mycket mer positiva. Hälften av samtliga 220 företag kommer att investera i sin verksamhet medan en tredjedel inte kommer att göra det.

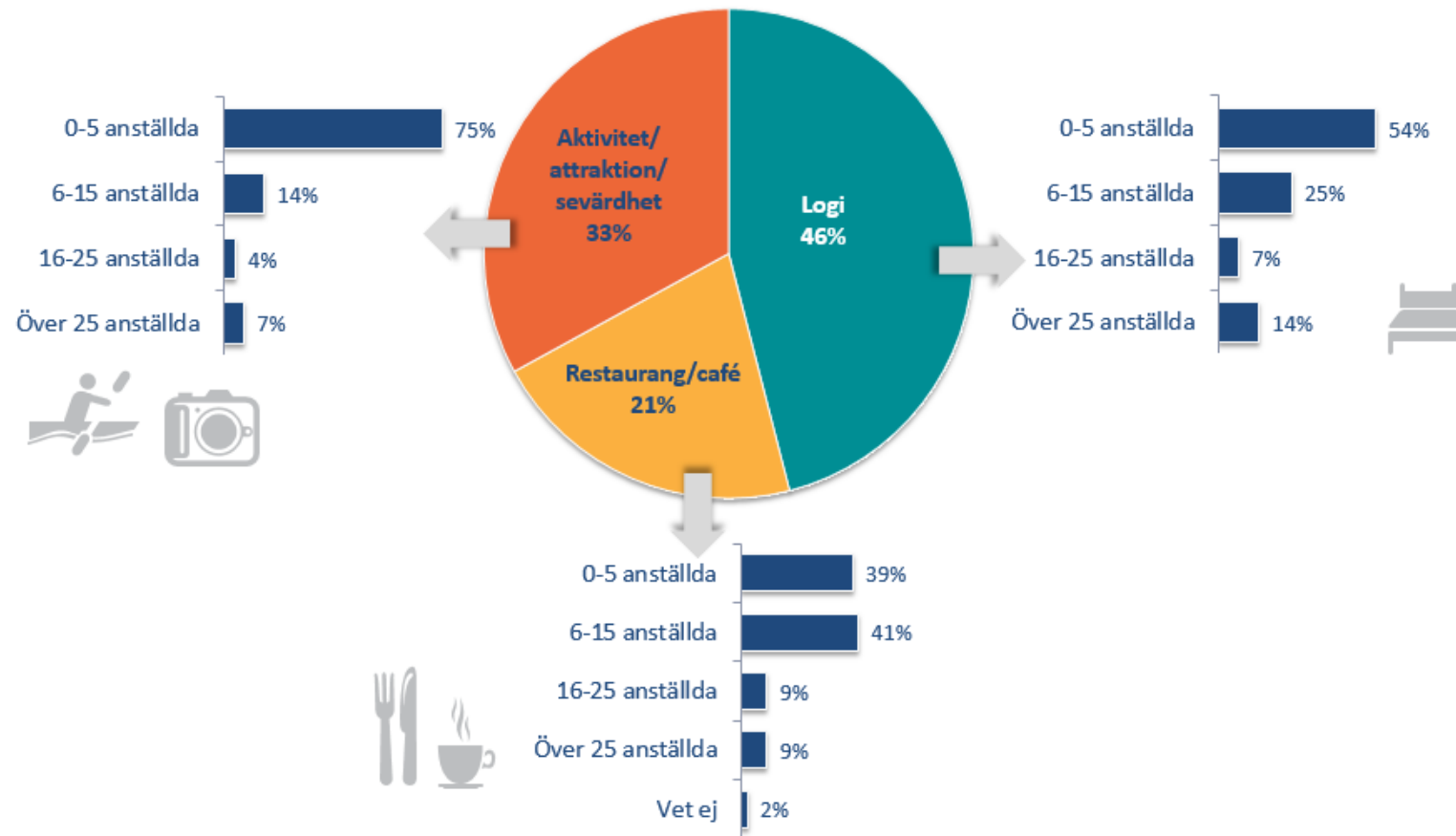
- Viktiga faktorer för företagets utveckling

Det som kommer att ha störst betydelse för företagen varierar beroende på om det är på kort eller lång sikt, men också beroende på bransch. På kort sikt lyfter man följande 5 faktorer: bättre marknadsföring, vädret, konjunkturen, samverkan med andra aktörer och att moms inte höjs. På lång sikt är det följande: utveckling av verksamheten, fortsatt god kvalitet, bättre marknadsföring, samverkan med andra aktörer och konjunkturen.

Om de 220 turistföretag som deltar

F1: Hur många anställda har ditt företag/din verksamhet (årsverken)?

F2: Vilken är din huvudverksamhet?



Totalresultat

Viktiga faktorer, omsättning, vinst, nyinvesteringar och nyrekryteringar

Totalresultat för omsättning, vinst samt nyinvestering och nyrekrytering

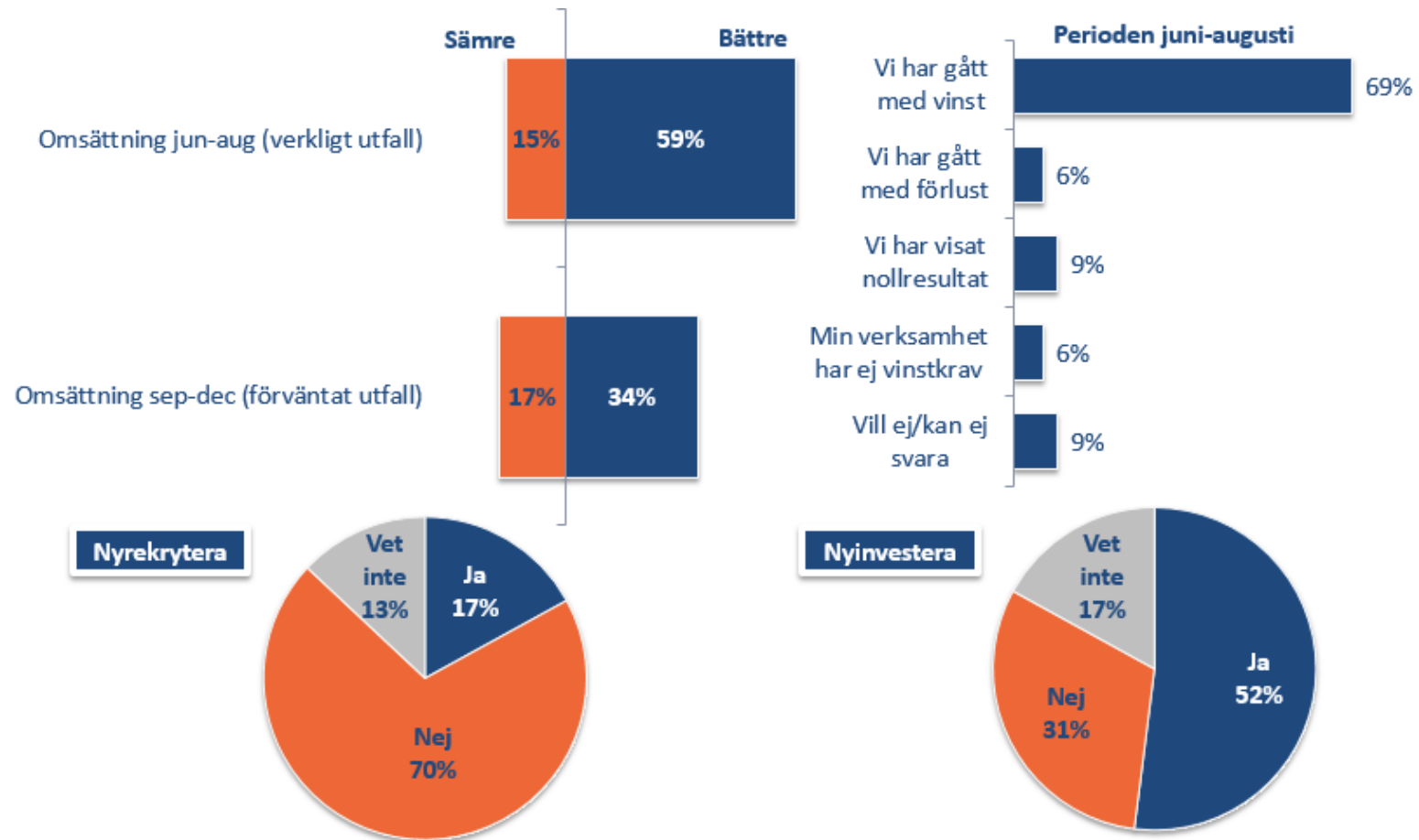
F13: Kommer du att nyrekrytera under den kommande 12-månadersperioden?

F14: Planerar du att göra nyinvesteringar i din verksamhet under den kommande 12-månadersperioden?

F15: Hur har omsättningen utvecklats i ditt företag/din verksamhet under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?

F15b: Hur tror du att omsättningen kommer att utvecklas i ditt företag/din verksamhet under perioden september-december jämfört med samma period föregående år?

F16: Markera vad som stämmer bäst in på ditt företag/din verksamhet.

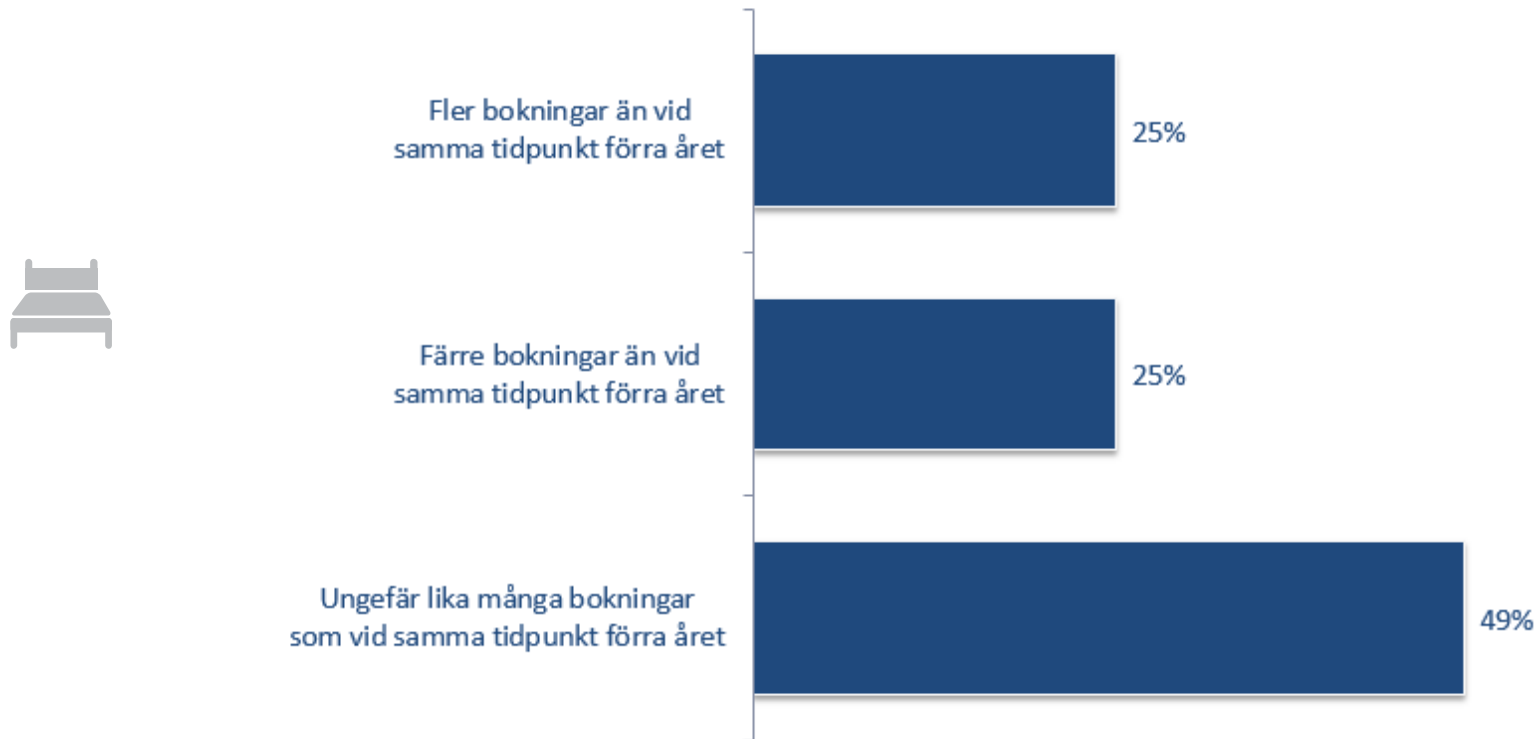


Bokningsläget för perioden september-december 2014



Bokningsläget ser ut som förra året för hälften av boendeanläggningarna

F3: Hur ser bokningsläget ut för perioden september-december?

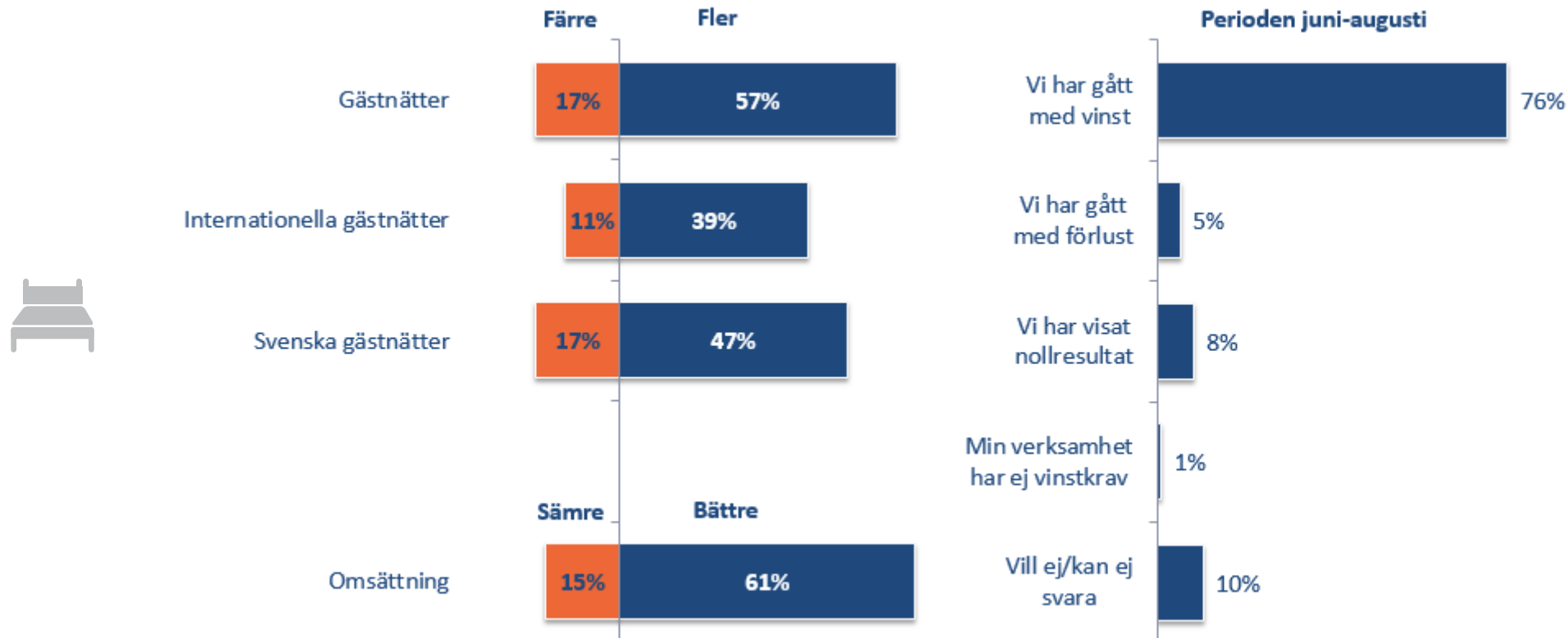


Utfall för sommarperioden juni-augusti 2014



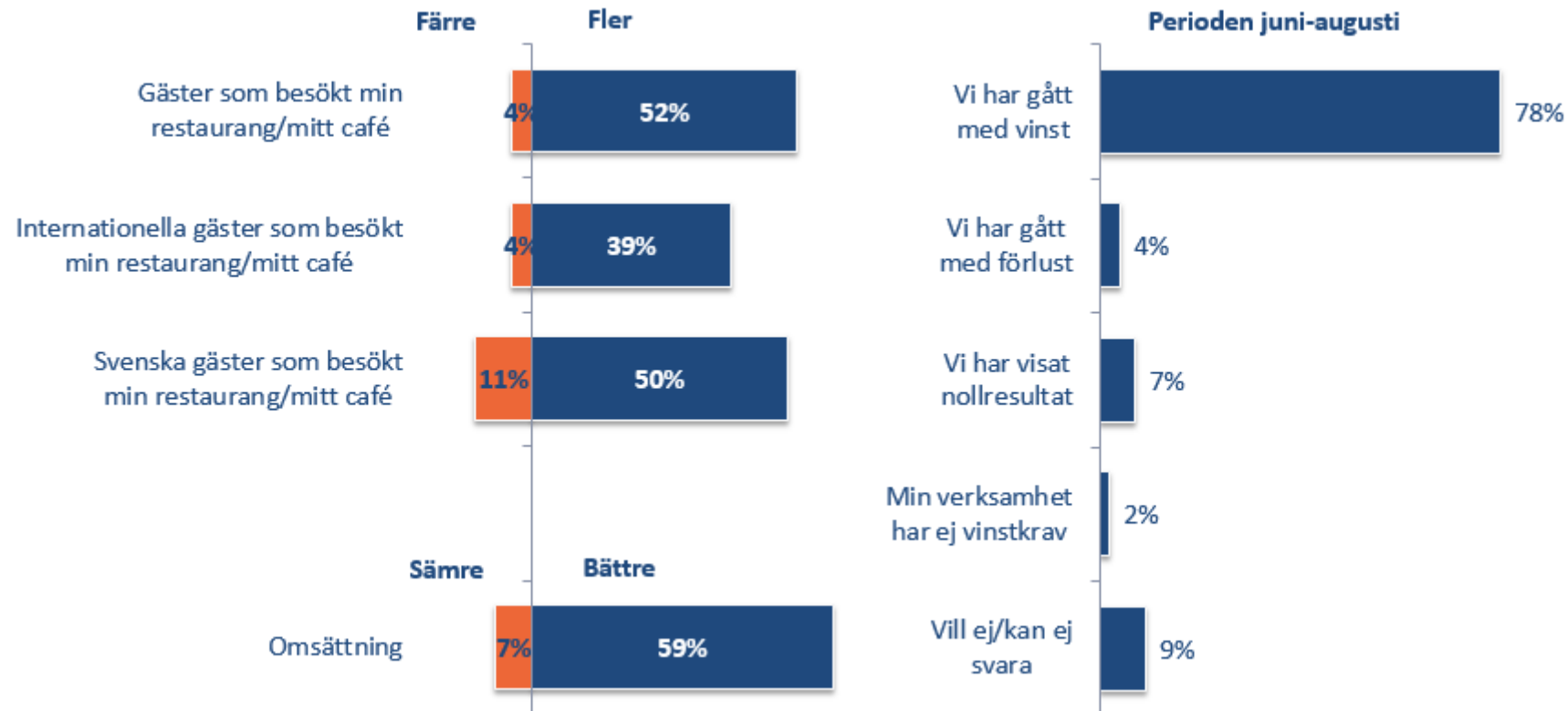
Boendeanläggningarna hade både fler internationella och fler svenska gästnätter samt en högre omsättning

- F4: Hur har antalet gästnätter utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F5: Hur har antalet internationella gästnätter utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F6: Hur har antalet svenska gästnätter utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F15: Hur har omsättningen utvecklats i ditt företag/din verksamhet under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F16: Markera vad som stämmer bäst in på ditt företag/din verksamhet.



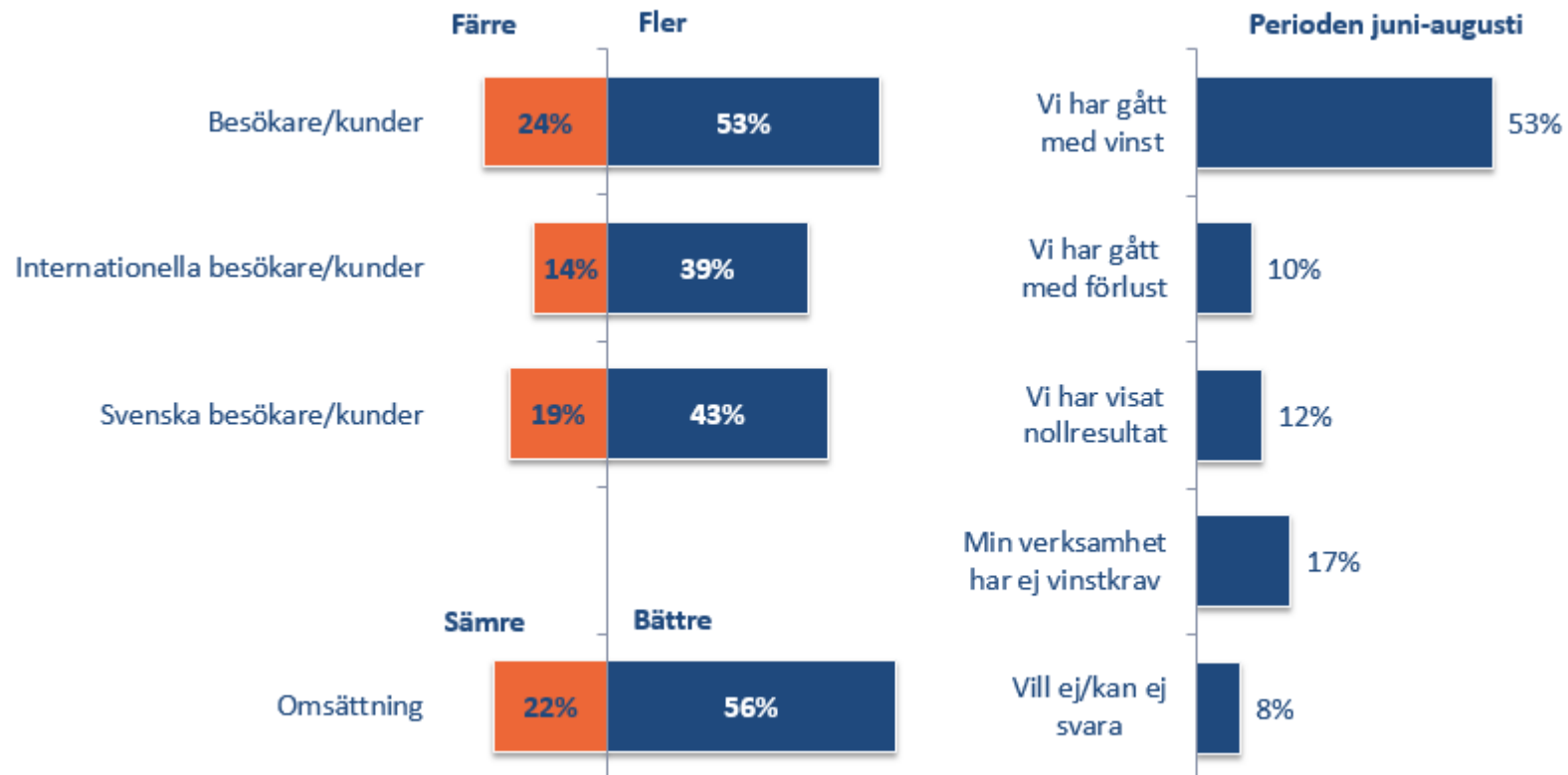
Restaurang/café hade både fler internationella och fler svenska gäster samt en högre omsättning

- F7: Hur har antalet gäster utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F8: Hur har antalet internationella gäster utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F9: Hur har antalet svenska gäster utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F15: Hur har omsättningen utvecklats i ditt företag/din verksamhet under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F16: Markera vad som stämmer bäst in på ditt företag/din verksamhet.



Aktiviteter/attraktioner/sevärdheter hade både fler internationella och fler svenska besökare/kunder samt en högre omsättning

- F10: Hur har antalet besökare/kunder utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F11: Hur har antalet internationella besökare/kunder utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F12: Hur har antalet svenska besökare/kunder utvecklats under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F15: Hur har omsättningen utvecklats i ditt företag/din verksamhet under perioden juni-augusti jämfört med samma period föregående år?
 F16: Markera vad som stämmer bäst in på ditt företag/din verksamhet.



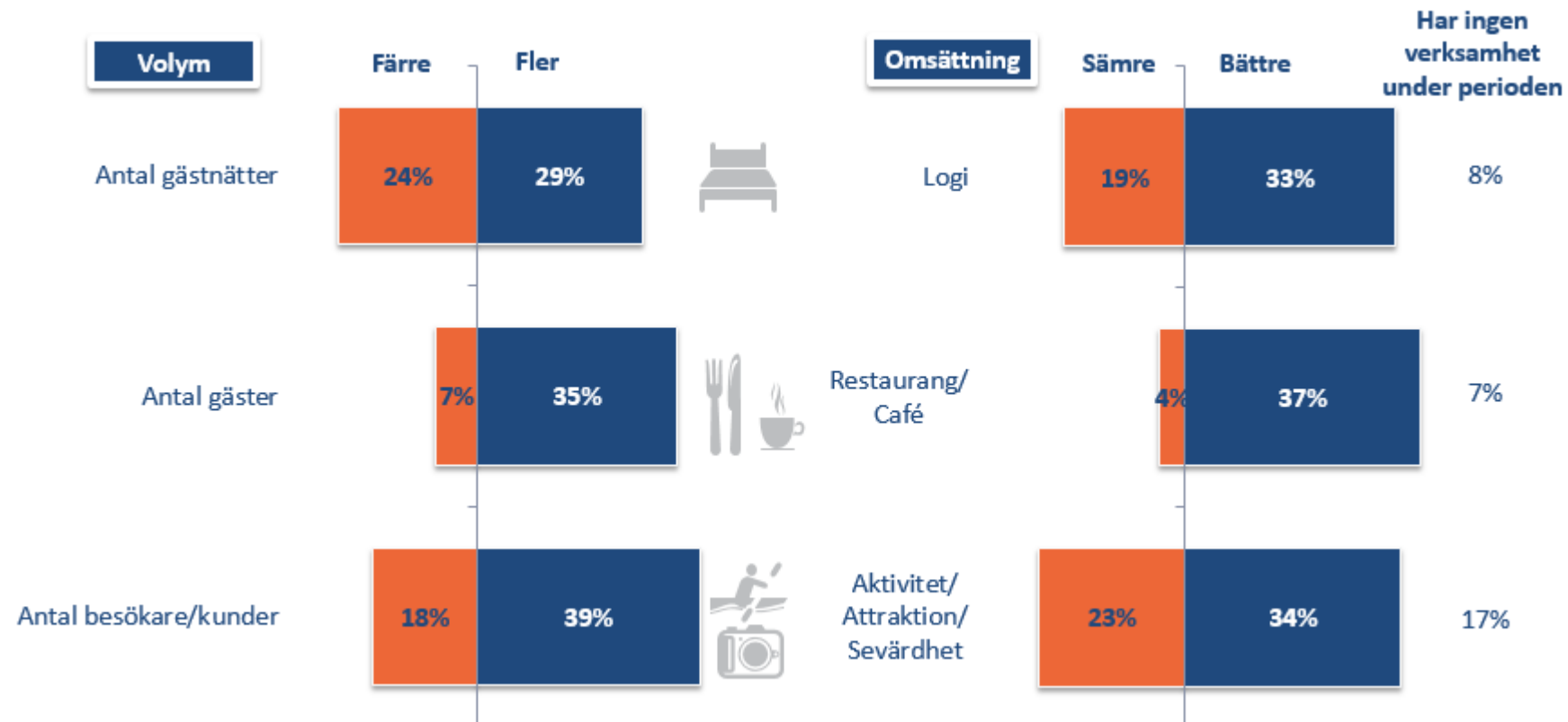
Förväntad utveckling under perioden september-december 2014



Majoriteten av turistföretagen är optimistiska inför höstperioden

F6b/F9b/F12b: Hur tror du att antalet gästnätter/gäster/besökare/kunder kommer att utvecklas under perioden september-december jämfört med samma period föregående år?

F15b: Hur tror du att omsättningen kommer att utvecklas i ditt företag/din verksamhet under perioden september-december jämfört med samma period föregående år?



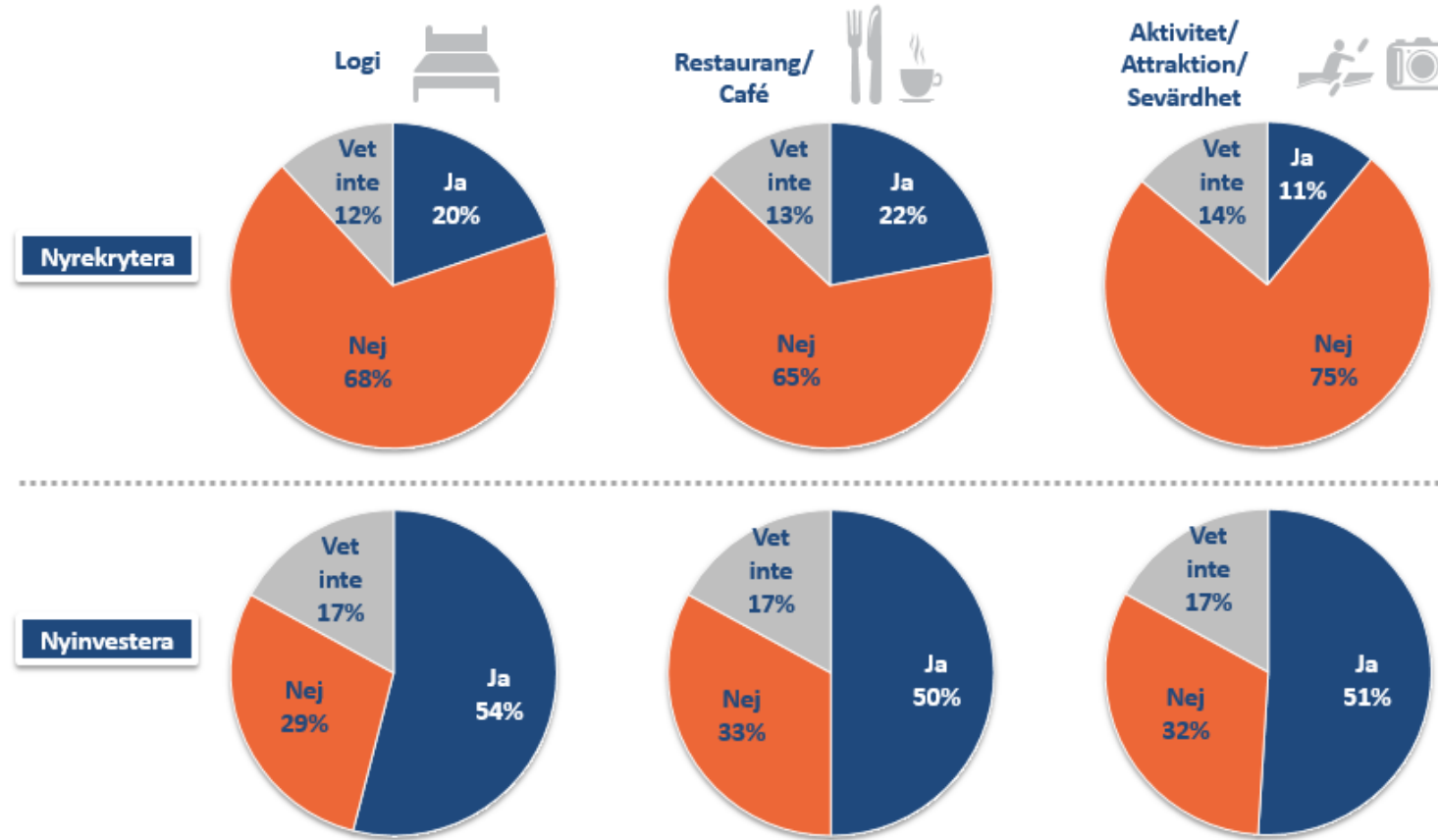
Framtida investerings- och rekryteringsplaner



Hälften av företagen kommer att göra investeringar i den egna verksamheten

F13: Kommer du att nyrekrytera under den kommande 12-månadersperioden?

F14: Planerar du att göra nyinvesteringar i din verksamhet under den kommande 12-månadersperioden?



Viktiga faktorer för företagens utveckling



Viktiga faktorer för boendeanläggningarna

F17: Vad tror du kommer att ha störst betydelse för ditt företag på kort sikt, dvs inom det närmaste året?

F18: Vad tror du kommer att ha störst betydelse för ditt företag på lång sikt, dvs inom den kommande femårsperioden?

Kort sikt



Lång sikt



Viktiga faktorer för restaurang/café

F17: Vad tror du kommer att ha störst betydelse för ditt företag på kort sikt, dvs inom det närmaste året?

F18: Vad tror du kommer att ha störst betydelse för ditt företag på lång sikt, dvs inom den kommande femårsperioden?



Undersökningen ”Besöksnäringindex i Västsverige” genomförs av Ipsos på uppdrag av Västsvenska Turistrådet. För mer information och för att hämta rapporterna besök [Turistrådets Västsverige](#) - eller [projektets hemsida](#).

Turistrådet Västsverige

Monika Fleming-Glogoza

Analytiker

monika.fleming-glogoza@vastsverige.com

Ipsos

Sofia Zere

Account Manager

Ipsos Public Affairs

sofia.zere@ipsos.com

Anna Västå

Senior Research Executive

Ipsos Public Affairs

anna.vasta@ipsos.com