Södertörns högskola | Institutionen för ekonomi och företagande

Kandidatuppsats 15 hp | Företagsekonomi | Vårterminen 2010

Lågprisflygbolagens prissättningsstrategier

– En kvantitativ studie av Ryanairs prissättning av flygbiljetter

Av: Peter Gill

Handledare: Lars Vigerland

södertörns högskola
SÖDERTÖRN UNIVERSITY

Abstract

The purpose of this Bachelor thesis is to analyze how the airline Ryanair is pricing their tickets and if there is a distinction between different flight destinations. The thesis used a deductive approach and the data (ticket prices) was collected during a time period of 53 days from Ryanair's internet homepage. The theories used to analyze the data were price discrimination, price elasticity leverage, operating leverage and four different price strategies presented by Niklas L. Hallberg. The result shows that Ryanair uses second degree of price discrimination in all of the observed flights at the departure day. As for the rest, the result shows that there is a distinction between how Ryanair uses pricing as a strategy depending on what the destination is. The conclusion of the thesis is that Ryanair uses different price strategies depending on how popular the specific flight or destination is. The more popular the flight or destination is, the more dynamic the price is and the harder it is to predict the coming price. The pricing of the more popular flights could be, as presented by Piga and Bachis, a way of creating an uncertainty when it is the cheapest to buy airline tickets. Further the Study confirms Anjos, Cheng and Currie's theory that the prices low-fare tickets are at a stable level until it remains about 20 days until departure, when the price increases until the departure date. This contradicts Anderson and Wilson's theory that the ticket price goes in cycles where the price is at the highest level some days before departure before it starts to decrease.

Keywords: *Price strategies, Ryanair, Low price airlines, Price discrimination, Revenue management*

Sammanfattning

Titel: Lågprisflygbolagens prissättningsstrategier – En kvantitativ studie av Ryanairs prissättning av flygbiljetter

Nivå: C-uppsats, Företagsekonomi 15 hp, VT-10

Författare: Peter Gill

Handledare: Lars Vigerland

Syfte: Studiens syfte är att analysera hur flygbolaget Ryanair prissätter sina flygbiljetter och om det skiljer sig beroende på flygsträcka.

Metod: En kvalitativ longitudinell studie med deduktiv ansats där primärdata i form av prisuppgifter samlats in från Ryanairs hemsida.

Teorier: Prisdiskriminering, Priselasticitetshävstång, Operationell hävstång och Hallbergs prisstrategier.

Slutsats: Studiens resultat bekräftar Anjos, Chengs och Curries teori om att lågprisflygbiljetter håller sig på en ganska stabil nivå fram till att det återstår ungefär 20 dagar kvar till avresa, då priset stiger fram till avgångsdagen då det är som högst. Detta motsäger Anderson och Wilsons teori om att biljettpriset går i cykler och att flygbiljetterna är som dyrast några dagar före avresa för att sedan sjunka i pris. Den höga prishöjningen på avgångsdagen sker konsekvent på alla de undersökta flygsträckorna och är intressant eftersom höga priser inte är något som lågprisflygbolagen vill förknippas med. Förklaringen kan vara det som diskuteras av Piga och Bachis om att flygbolagen försöker skapa en osäkerhet hos resenärer kring när det är billigast att köpa sina flygbiljetter. Studien resultat visar också på att det går att se ett mönster i prissättningen av flygbiljetter på Ryanairs resmål med få flygningar medan de mer populära resmålen har en mer dynamisk prissättning som är desto svårare att förutspå.

Nyckelord: *Prisstrategier, Ryanair, Lågprisflygbolag, Prisdiskriminering, Revenue management*

Innehållsförteckning

1 INLEDNING 1

1.1 BAKGRUND 1
1.2 PROBLEMDISKUSSION 5
1.3 SYFTE 6
1.4 AVGRÄNSNINGAR 6
1.5 BAKGRUNDSINFORMATION 7
1.5.1 Flygbolagsbranschen 7
1.5.2 Ryanair 7

2 METOD 9

2.1 INSAMLING AV EMPIRI 10
2.1.1 Undersökta avgångar: Stockholm – Bryssel 11
2.1.2 Undersökta avgångar: Stockholm – London 12
2.1.3 Undersökta avgångar: Stockholm – Oslo 12
2.2 METOD VID DATAANALYS 13
2.3 METODKRITIK 13

3 TEORI 15

3.1 PRISDISKRIMINERING 16
3.1.1 Första gradens prisdiskriminering 17
3.1.2 Andra gradens prisdiskriminering 18
3.1.3 Tredje gradens prisdiskriminering 18
3.2 PRISELASTICITETSHÄVSTÅNG 19
3.3 OPERATIV HÄVSTÅNG 19
3.4 PRISSTRATEGIER 19
3.4.1 Kapacitetsprissättning 19
3.4.2 Värdebaserad prissättning 20
3.4.3 Situationsprissättning 20
3.4.4 Stabilitetsprissättning 21
3.5 TEORIKRITIK 21

4 EMPIRI 22

4.1 STOCKHOLM – BRYSSEL 22
4.2 STOCKHOLM – LONDON 24
4.3 STOCKHOLM – OSLO 26

5 ANALYS OCH TOLKNING 29

6 SLUTSATS 34

7 DISKUSSION 36

7.1 STUDIENS BIDRAG 38
7.2 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING 38

8 REFERENSER 39

BILAGA 1 – TILLVÄGAGÅNGSSÄTT VID INSAMLING AV EMPIRI 41
BILAGA 2 – EMPIRI - UNDERLAG 42
BILAGA 3 – EMPIRI - DIAGRAM 51
BILAGA 4 – STATISTISK SAMMANSTÄLLNING 54

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Varje år hanterar svenska flygplatser omkring 20 miljoner utrikesresenärer och trots lågkonjunktur och sviktande lönsamhet för vissa aktörer i flygbolagsbranschen så ökar ständigt utrikestrafiken till och från Sverige. Sedan slutet av 1990-talet, då den europeiska flygmarknaden avreglerades, har det varit fritt fram för alla flygbolag att trafikera vilka europeiska flygsträckor de vill. Denna avreglering ledde dels till att trafiken till och från svenska flygplatser ökade men även till att antalet aktörer som erbjöd flygresor blev fler.[1] I och med den ökade konkurrensen kom flygresornas priser i allt större fokus. Detta i samband med att många flygbolag var bland de första med att utnyttja Internets fördelar där de kostnadseffektivt kunde presentera sina flygresor och dess priser, vilket ledde till att det blev en prispress på framförallt utrikesflygresor.[2] Denna prispress har resulterat i att många av de nya ickestatliga flygbolagen som trafikerar till och från Sverige är lågprisflygbolag vars primära mål är att erbjuda så billiga flygbiljetter som möjligt till sina potentiella resenärer.[3]

Även för de flygbolag som inte har lågt pris som främsta fokus så är prissättning en viktig del av det strategiska arbetet, eftersom flygbolagsmarknaden hör till en av de marknader där varje produkt eller tjänst har ett maximalt antal köpare fram till ett visst specifikt datum då produkten slutar existera för eventuella köpare. En egenskap marknaden delar med exempelvis hotell-, bio- och kryssningsmarknaden.[4] När det kommer till beslut om vilket pris som skall sättas så är timing och respons vad gäller försäljningskvantitet två oerhört viktiga parametrar att ha i åtanke. Enkelt brukar detta beskrivas med att ökning i pris genererar i en minskning i såld kvantitet. Riktigt så enkelt är det dock inte.[5] Detta genererar i att många flygbolag tillämpar olika strategiska prissättningsmodeller vilket resulterar i dynamiska priser vars syfte är att varje unik flygresa ska bli bokad av så många resenärer som möjligt till en så stor vinst som möjligt. Ett ofta återkommande uttryck för detta inom flygbolagsbranschen är 'Revenue Management', som kan förklaras med att fokus ska ligga på försäljning av rätt flygstol till rätt kund under rätt tidpunkt till

---

[1] Luftfartsverket, http://www.lfv.se/sv/LFV/Bransch/Allmant-om-flygbranschen, 2010-03-04, 16:30
[2] Clemons, Hann & Hitt, Price Dispersion and Differentiation in Online Travel: An Empirical Investigation, *Management Science*, Vol. 48, no. 4, 2002, s. 534-549
[3] Luftfartsverket, 2010-03-04, 16:37
[4] Anjos, Cheng & Currie, Maximizing revenue in the airline industry under one-way pricing, *Journal of the Operational Research Society*, Vol. 55, no. 5, 2004, s. 535-541
[5] Bagozzi, *Principles of Marketing Management*, Macmillian Publishing Company, 1986, s. 552

det rätta priset.[6] Ett av huvudbegreppen för flygbolagen är därför kundernas betalningsvilja. Varje resenär är villig att maximalt betala en viss summa för en biljett samtidigt som de vill känna att de får ut så mycket som möjligt för de pengar som de lägger ut på en biljett så att deras nytta blir så hög som möjligt. Resenärerna vill således att skillnaden mellan deras betalningsvilja och vad de faktiskt betalar skall vara så stor som möjligt.[7] Det optimala för flygbolagen däremot vore att tillämpa första gradens prisdiskriminering, d.v.s. om de kunde veta vilken nivå varje specifik resenärs betalningsvilja låg på och sätta priserna för varje unik resenär därefter.[8] Detta är dock, om inte omöjligt så, oerhört svårt för flygbolagen eftersom de först och främst skulle ha svårigheter att sätta unika priser för varje specifik kund, då priserna hela tiden finns tillgängliga för alla med tillgång till internet vilket leder till att kunderna vet att priserna förändras och att det finns chans för dem att inte behöva betala i nivå med sin betalningsvilja. Även om detta vore möjligt så är kundernas betalningsvilja väldigt svårtillgänglig information. Kunderna själva avslöjar inte gärna hur mycket de maximalt är villiga att betala för en viss flygbiljett för att de själva vill att deras kundnytta ska bli så hög som möjligt.[9]

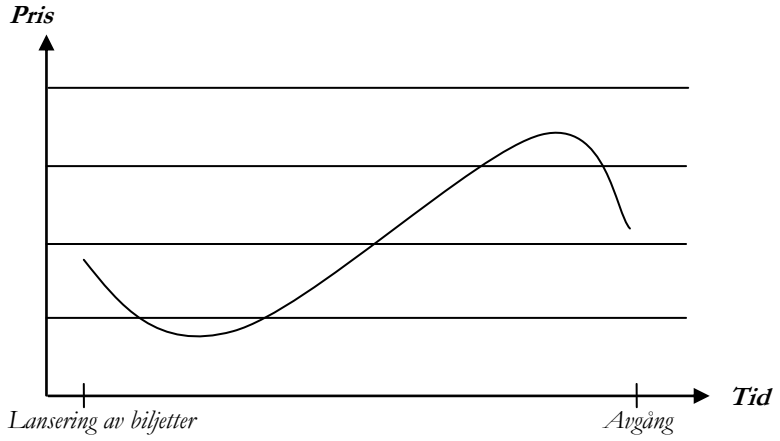
Flygbolagen är väl medvetna om detta och det är därför de har varit tvungna att utveckla olika prissättningsstrategier för att via dynamiska priser och prisdiskriminering försöka finna metoder att hitta och utnyttja kundernas betalningsvilja på bästa sätt. Bland annat erbjuder många flygbolag olika typer av flygbiljetter där prisdiskriminering sker när vissa biljettyper ger mervärde för kunderna i form av exempelvis bekvämare resa, större avbokningsmöjligheter eller inkluderad mat. Genom denna typ av prisdiskriminering försöker flygbolagen skapa ett högre värde i produkten och samtidigt öka betalningsviljan.[10]

Ett annat sätt för flygbolagen att försöka segmentera kunderna efter storlek på betalningsvilja är efter tidpunkt då de köper sin biljett. Priset på en och samma flygbiljett skiljer sig beroende på under vilken tid och vilket datum som den köps. Denna typ av dynamisk prissättning är vanligast hos lågprisflygbolagen och bland de övriga flygbolagens billigaste flygbiljetter. Författarna

---

[6] Anderson & Wilson, Wait or buy? The strategic consumer: Pricing and profit implications, *Journal of the Operational Research Society*, vol. 54, no. 3, 2003, s. 299-306
[7] Besanko, Dranov, Shanley & Shaefer, *Economics of Strategy*, 5:e upplagan, John Wiley & Sons, 2010, s. 370
[8] Konkurrensverket, http://www.konkurrensverket.se/t/NewsPage____1161.aspx, 2010-03-05, 10:30
[9] Besanko m.fl., 2010, s. 367-369
[10] Anderson m.fl., 2003, s. 299-306

Anderson och Wilson presenterar en tidskurva över hur priserna av flygbiljetter i segmentet lågpris förändras från det att de lanseras till försäljning fram till avgångsdatumet (se figur 1.1).[11]



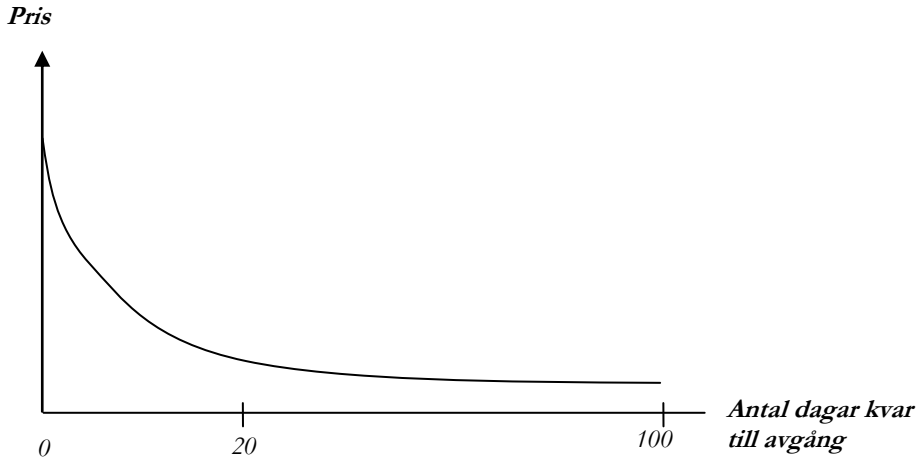
Figur 1.1: Prisförändringskurva av flygbiljetter fram till avgång enligt teorin presenterad av Anderson och Wilson[12]

De menar att priserna av lågprisflygbiljetter följer en priskurva där priset sjunker för att sedan bara öka i pris till sista veckorna före avgång då priset återigen sjunker en aning. De påstår vidare att i och med att flygbolagens priser följer detta mönster så finns det stora möjligheter för kunder, som har en aning om var i denna kurva som ett pris på en flygbiljett befinner sig, att veta i vilken prisriktning som ett biljettpris kommer röra sig och anpassa sitt köpbeteende därefter för att få ett så stort konsumentöverskott som möjligt. Detta kan skapa problem för flygbolagens intäkter då många av kunderna kan börja tänka strategiskt och vänta med att köpa en biljett i tron om att biljetten blir billigare. Om alla kunder lär sig flygbolagens strategi så kommer inga biljetter i de högre prisnivåerna att säljas.[13] Ett sådant scenario skulle också sannolikt resultera i att prissättningen av flygbiljetter förändrades. Paralleller kan bland annat dras till aktiemarknaden där den effektiva marknadshypotesen menar på att det inte går att förutspå aktiekursförändringar eftersom om sådana möjligheter existerade så skulle marknaden reagera och priset justeras innan investerarna hann agera.[14] Bevis för detta har bland annat setts vid användandet av tekniska aktieanalyser där de vid allt för många användare blev verkningslösa i att förutspå kommande aktieprisförändringar. Anledningen till detta är att ifall vissa investerare skall göra vinst på under- eller övervärderade aktier så måste det finnas andra investerare som gör en förlust. Om då alla investerare är medvetna om kommande aktiekursförändringar så kommer ingen investerare göra

[11] Anderson m.fl., 2003, s. 299-306
[12] Ibid., s. 300
[13] Ibid., s. 299-306
[14] Ross, Jaffe & Westerfield, *Modern Financial Management*, 8:e upplagan., McGraw-Hill, Singapore, 2009, s. 371-373

förlust och priset justeras till riktig nivå.[15] På samma sätt är det därför rimligt att anta att om alla köpte flygbiljetter då de är som billigast så skulle justeringar av prissättningen ske.

Flygbolagens intäkter diskuteras också av Anjos, Cheng och Currie som menar att det optimala sättet när det kommer till prissättning av lågprisflygbiljetter är att efter det att biljetterna lanserats så skall priserna sakta stiga fram till att det återstår 20 dagar till avresa då priset ökar markant (se figur 1.2).[16]



Figur 1.2: Prisförändringar av lågprisflygbiljetter 100 dagarna före avgång enligt Anjos, Cheng och Currie[17]

Utifrån denna modell har författarna sedan kommit fram till att de flesta bokningar av biljetter kommer ske då det är mellan 20 och 10 dagar kvar till avresa. Innan dess görs få bokningar, vilket är bra ur intäktssynpunkt eftersom biljetterna är som billigast då enligt den av författarna presenterade teorin. [18]

Dessa två teorier visar på ganska klara och lättöverskådliga prissättningsstrategier där priserna följer ett visst mönster. Det är dock inte så pass enkelt att det går att säga att en flygbiljett är eller bör vara som billigast eller dyrast ett visst antal dagar före avgång för att generera så höga intäkter som möjligt. Enligt Piga och Bachis finns det vissa flygbolag som försöker förmedla en uppfattning om att en flygbiljett skulle vara som billigast fram till det att 28 dagar återstår till avgång. Detta stämmer inte enligt Piga och Bachis som också menar på att det är just de fyra sista veckorna före avresa som flygbiljettpriserna är som mest dynamiska. Anledningen till detta är att

[15] Bedau, Joshi & Parker, A Prisoner's Dilemma Game Causes Technical Trading, *Computing in Economics and Finance*, no. 342, 1999
[16] Anjos m.fl., 2004, s. 535-541
[17] Ibid., s. 539
[18] Ibid., s. 535-541

skapa en osäkerhetskänsla hos kunderna så att dessa i sin tur inte ska ha möjlighet att veta prisets kommande riktning. Denna undersökning visade dock på att de flygbolag som hade renodlade lågprisbiljetter och marknadsförde sina biljetter som sådana också oftast var billigast men att det även var dessa biljetters prissättningsmönster som var mest likartat och lättast att förutsäga.[19]

1.2 Problemdiskussion

Det finns många olika teorier om hur flygbolagen skall kunna hitta kunders maximala betalningsvilja bättre, där vissa talar om prisdiskriminering med hjälp av olika typer av biljetter. En biljettyp som många flygbolag idag har är lågprisbiljetten. För lågprisflygbolagen är det den enda typen av biljett som erbjuds. En biljettyp vars enda konkurrensmedel är just priset. Teorierna om hur strategin bakom prissättningen av lågprisbiljetter ska sättas går isär. Författarna bakom artikeln "Wait or buy? The strategic consumer: Pricing and profit implications" menar att priset går i cykler och att det är viktigt att vara medveten om att många kunder idag är medvetna om dessa cykler och planerar sina köpetillfällen efter var i cykeln som priset befinner sig. Ett sådant argument torde betyda att flygbolagen räknat ut när den största efterfrågan på biljetter är och satt priset därefter. Detta skulle i sin tur betyda att inget annat än efterfrågan över tid styr priset på flygbiljetter och att exempelvis ett stort antal sålda biljetter under en och samma dag eller höjda bränslepriser inte påverkar priset, som ständigt följer samma priskurva. Även teorin om att flygbiljettspriset stiger kraftigt de sista 20 dagarna för att maximera biljettintäkterna på varje flygning visar på att den största faktorn som påverkar prissättning är efterfrågan. I artikeln "Pricing strategies by European traditional and low cost airlines. Or, when is it the best time to book on line?" påstås att priset på flygbiljetter är som mest dynamiskt med många upp- och nedgångar sista fyra veckorna just för att kunderna alltid ska känna sig osäkra på hur prissättningen sker. En sådan, mindre förutsägbar, prissättning med dynamiska priser skulle även kunna tyda på att prissättningen bestäms i lika stor grad av andra faktorer än bara själva efterfrågan.

Hur gör då lågprisflygbolagen egentligen när det kommer till prissättningen av sina flygbiljetter? Är det möjligt att se ett prissättningsmönster där det går att förutse när biljettpriset är billigast genom att studera ett flygbolags biljettpriser under en ett par veckors tid? Kan en anledning till att teorierna kring detta går isär vara för att olika flygbolag tillämpar olika strategier vid

[19] Piga & Bachis, *Pricing strategies by European traditional and low cost airlines. Or, when is it the best time to book on line?*, Department of Economics - Loughborough University, Discussion Paper Series 2006_14, 2006

prissättning av sina biljetter och att dessa strategier skiljer sig även inom flygbolagen beroende på flygsträcka?

1.3 Syfte

Studiens syfte är att analysera hur flygbolaget Ryanair prissätter sina flygbiljetter och om det skiljer sig beroende på flygsträcka.

1.4 Avgränsningar

Uppsatsen har avgränsat sig till att omfatta de tre flygsträckorna Stockholm - Bryssel, Stockholm - Oslo och Stockholm - London hos flygbolaget Ryanair. Valet av flygbolag grundar sig på att det är Europas största lågprisflygbolag vars profil och kommunikation spelar mycket på det låga biljettpriset.[20] Anledningen till att det är ett lågprisflygbolag som ingår i studien är för att det både hos flygbolaget och hos resenärerna fokuseras på priset i större utsträckning än när det kommer till att boka biljetter hos ett traditionellt flygbolag där andra faktorer som exempelvis avgångstid, service och benutrymme vägs in.

Flygsträckorna har valts efter tankegången att de skulle utgå från samma avgångsflygplats för att de tre undersökta avgångarna, bortsett från resmål, skulle skilja sig så lite som möjligt. Skavsta flygplats valdes enbart utifrån vilken av Ryanairs flygplatser i Sverige som hade flest antal avgångar och flygresmål. Detta var den 4:e mars 2010 Skavsta flygplats. Resmålen valdes utifrån popularitet vad gäller antalet avgångar per vecka där de tre resmålen skulle skilja sig till antalet avgångar så mycket som möjligt. Anledningen till detta är att försöka kunna se ifall prissättningsstrategierna skiljer sig beroende på resmålets popularitet baserat på antalet avgångar till resmålet. Det resmål som trafikerades flitigast av Ryanair valdes som det populäraste resmålet medan ett resmål med endast en avgång per dag fick representera ett mindre populärt resmål. Sedan valdes ett resmål som låg däremellan vad gäller antalet avgångar per vecka. Motiveringen till att London valdes som ett av resmålen var att flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted var den 4:e mars 2010 Ryanairs mest trafikerade med 19 avgångar i veckan. Stockholm Skavsta - Bryssel Charleroi är av Ryanair en något mindre trafikerad flygsträcka med 12 avgångar

[20] Ryanair, http://www.ryanair.com/se/about, 2010-04-26, 12:09

i veckan den 4:e mars 2010. Antalet avgångar på den sista sträckan, Stockholm Skavsta – Oslo Rygge, uppgick den 4:e mars 2010 till 7 stycken fördelade på en avgång per dag. [21]

Insamlingen av empiri är begränsad till att omfatta en avgränsad tidsperiod på 53 dagar (från och med 4:e mars 2010 till och med 25:e april 2010) på grund av praktiska och tidsbegränsade skäl.

1.5 Bakgrundsinformation

1.5.1 Flygbolagsbranschen

År 2007 hanterade svenska flygplatser 34 miljoner passagerare varav majoriteten (20 miljoner) av dessa flög utanför rikets gränser. De vanligaste destinationerna är grannländernas huvudstäder där Köpenhamn utmärker sig som en viktig knutpunkt för resenärer som ska resa vidare till andra destinationer i världen. I övrigt hör även de resterande europeiska huvudstäderna, Medelhavet, Kanarieöarna, Thailand och USA till de populärare resmålen hos svenskarna.[22]

Den största aktören på den svenska flygbolagsmarknaden är det skandinaviska flygbolaget SAS. Dominansen gäller både in- och utrikesflyg där flygplatsen Arlanda fungerar som en viktig central flygplats där en stor del av SAS flygtrafik knyts ihop. Konkurrenterna på inrikesflygningar är främst mindre flygolag där Gotlandsflyg och Kullaflyg kan nämnas som två exempel. [23]

SAS största konkurrenter på marknaden för utrikesflyg är främst lågprisflygbolagen vars expansion varit en stark bidragande orsak till den ökade trafiken för utrikesflygningarna. De två största lågprisflygbolagsaktörerna på den svenska marknaden är det irländska Ryanair och norska Norwegian.[24] Även det ungerska lågprisflygbolaget Wizzair som trafikerar från Sverige till främst Polen och Ungern kan nämnas.[25]

1.5.2 Ryanair

Det irländska flygbolaget Ryanair är idag Europas största lågprisflygbolag och hör även till ett av de lågprisflygbolag med flest flygningar till och från Sverige.[26] Företaget grundades 1985 av

[21] Ryanair, http://www.ryanair.com/se, 2010-03-08, 10:37
[22] Swedavia, http://www.swedavia.se/sv/Swedavia/Bransch/Allmant-om-flygbranschen, 2010-05-21, 10:50
[23] Swedavia, 2010-05-21, 11:07
[24] Ibid.
[25] Wizzair, http://www.wizzair.aero, 2010-05-21, 11:26
[26] Funding Universe, http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Ryanair-Holdings-plc-Company-History.html, 2010-05-21, 12:16; Swedavia, 2010-05-21, 11:20

familjen Ryan och hade fram till år 1993 knappt 1 miljon passagerare per år.[27] Det var i mitten av 1990-talet som flygbolaget antog ett antal förändringar och tillväxten tog fart. En stor anledning till detta var företagets VD, Michael O'Leary, som inspirerades av det amerikanska lågprisflygbolaget Southwest och anammade många av deras idéer om hur ett flygbolag kunde skötas kostnadseffektivt.[28] År 1997 introducerade Ryanair sina första utrikesdestinationer från Storbritannien, varav Stockholm Skavsta var ett av de totalt fyra resmålen. Flygbolaget hade det året 21 egna flygplan i sin flottbas och det årliga passagerarantalet hade växt till att nå nästan 4 miljoner. I takt med att Ryanair utökade sin flottbas och antalet destinationer så nådde företaget över 10 miljoner årliga passagerare år 2002. [29]

Idag trafikerar Ryanair mellan 26 olika länder och 153 olika destinationer i Europa med sin flottbas på 232 flygplan. År 2008 hade flygbolaget över 58 miljoner passagerare och Ryanair uppskattar att antalet kommer öka till närmare 73 miljoner det kommande året.[30]

[27] Ryanair, 2010-05-21, 12:24
[28] Funding Universe, 2010-04-21, 12:38
[29] Ryanair, 2010-05-21, 12:49
[30] Ibid.

2 Metod

Studien är en kvantitativ longitudinell tidsseriestudie där empiri är insamlad under en längre period och representerar flera tidpunkter. Den insamlade empirin kan dock uppfattas som endast en representation av varje undersökt flygavgång och studien ska då istället ses som en tvärsnittsstudie.[31]

Två vetenskapliga inriktningar inom forskningen är positivismen och hermeneutiken. Hermeneutiken förespråkar ett förhållningssätt där det viktiga ligger i att förklara och förstå men på grund av att det inte går att göra en absolut objektiv tolkning finns ingen absolut sanning.[32] Positivismen har däremot sin grund i naturvetenskapen och strävar efter den absoluta sanningen där fokus ligger i förutsättningarna att all kunskap om faktiska förhållanden vilar på sinneserfarenhet och att det utöver detta bara finns kunskap som rör förhållandet mellan idéer.[33] Denna studie har en vetenskaplig utgångspunkt med ett positivistiskt förhållningssätt där empirin förväntas förklara ett verkligt fenomen. Vidare följer studien en deduktiv ansats då det är generella påståenden som testas på empirisk data och inte som med en induktiv ansats där slutsatser dras från det speciella till det allmänna.[34]

Studien är reliabel eftersom all empiri är primärdata direkt från Ryanair som har funnits tillgänglig för alla med tillgång till internet från och med den 4:e mars 2010 till och med 25:e april 2010. Vidare är tillvägagångssättet vid insamling av empiri väl beskrivet för att underlätta reproduktion i fall där samma studie utförs fast under en annan undersökt tidsperiod - detta eftersom inga av Ryanairs historiska priser finns för allmän tillgång. Studien är mätningsvalid då det som ska mätas är prisförändringar på Ryanairs flygbiljetter och för att mäta detta används pris vilket är en valid representation av företagets prissättning.

Vid en analys av den interna validiteten är studien valid på så sätt att resultatet i form av prissättning över tiden utgår från effekten av de undersökta priserna. Det går dock inte påstå att priset på flygbiljetter uteslutande beror på tiden kvar till avgång. Hotet mot den interna validiteten är således att det inte helt går att eliminera möjligheten att prisförändringar även beror på andra orsaker än efterfrågeförändringar över tid. Studien tar exempelvis ingen hänsyn till eventuella kostnader för flygbolagen eller andra aspekter som kan inverka på kausaliteten.[35]

---

[31] Johannessen & Tufte, *Introduktion till Samhällsvetenskaplig metod*, Abstrakt förlag, 2003, s. 50-52
[32] Nationalencyklopedin, http://www.ne.se/hermeneutik, 2010-05-27, 16:41
[33] Nationalencyklopedin, http://www.ne.se/positivism, 2010-05-27, 16:59
[34] Johannessen m.fl., 2003, s. 35
[35] Ruane, *A och O I samhällsvetenskaplig forskning,* Studentlitteratur, Lund, 2006, s. 47-50

2.1 Insamling av empiri

Tillvägagångssättet för insamling av empiri har skett genom att dagligen gå in på Ryanairs hemsida[36] där biljettpriser för enkelresor för en vuxen resenär sökts fram. Efter att en sökning gjorts har rätt datum och rätt avgång markerats och sedan har totalpriset i svenska kronor antecknats och skrivits ner i ett Excel-ark (se bilaga 1).

Val av avgångar

Empirin består av biljettpriser för 42 olika avgångar på de tre valda flygsträckorna (Stockholm – London, Stockholm – Bryssel och Stockholm – Oslo). De 42 olika avgångarna är fördelade på 14 avgångar per flygsträcka med en avgång per dag under en tvåveckorsperiod (måndagen den 12:e april 2010 till och med söndagen den 25:e april 2010). Dessa två veckor valdes efter noga övervägande så att de yttre påverkande faktorerna, såsom storhelger som påsk och 1:a maj, var så få som möjligt. Vilka avgångar som skulle ingå varje dag (i de fall där fler än en avgång per dag fanns att tillgå) valdes efter principen att den avgång som den första dagen för insamling (4:e mars 2010) hade den billigaste biljetten för avgångsdatumet 12:e april 2010 fick ingå i studien. Nästkommande dagar valdes samma avgång om så fanns tillgängligt. I annat fall valdes en senare avgång med avgångstid närmast den valda avgångstiden för avgångsdatumet 12:e april 2010.

Tidsaspekter vid insamling av empiri

Avläsningen av biljettpriserna har skett en gång per dygn mellan klockan 10:00 och 11:00 med början torsdagen den 4:e mars 2010 och avslut söndagen den 25:e april 2010. Varje avgång har således mellan 40 och 53 observationer (prisuppgifter) beroende på avgångsdatumet. Anledningen till att avläsningen av priserna skett under en och samma timme varje dag är för att få priserna så jämförbara med varandra som möjligt. Eftersom det inte är klart vilken tid på dygnet som Ryanair uppdaterar sina priser så är det därför även ett sätt att minimera risken för att priserna avspeglar nästkommande dygn sett utifrån Ryanairs eventuella tidsperspektiv. Att avläsningen inte skett på exakt samma minutslag varje dag är av anledningen att det skulle vara praktiskt ohållbart. Anledningen till att priser finns tillgängliga under avgångsdagen för de avgångar med avgångstid tidigare än klockan 10:00 beror på att dessa priser funnits tillgängliga trots att flygnigen redan varit. Dessa priser representerar således ett sista-minuten-pris och inte det faktiska priset mellan klockan 10:00 och 11:00 den aktuella avgångsdagen.

[36] Ryanair, www.ryanair.com/se

Insamlade prisuppgifter

Priserna som samlades in var det totala pris som visades direkt vid valet av rätt avgång. Detta pris behöver inte representera varje passagerares slutgiltiga pris eftersom det kan tillkomma kostnader för tilläggstjänster för exempelvis bagage och reseförsäkring. Att dessa avgifter uteslutits är för att det är svårt att generalisera vad en resenär väljer för tilläggstjänster. Priserna som samlats in är därför det lägsta pris som varje resenär kan få betala för en biljett för att resa från Skavsta flygplats till resmålet. Meningen är inte att studera exakta priser utan prisstrategier med stort fokus på prisskillnader och eventuell dynamik i priserna. Studiens syfte är således inte att redovisa exakt vilket pris som en resenär får betala för sin biljett. I det pris som ingår i empirin är alla skatter och avgifter inkluderade förutom avgifter för eventuella tilläggstjänster som exempelvis reseförsäkring och bagageavgift. Den administrativa avgiften á 55 svenska kronor som tas ut vid slutskedet när betalning ska ske har också uteslutits i de insamlade priserna. Denna avgift har exkluderats i studien eftersom det finns ett betalningsalternativ (Mastercard prepaid) där denna avgift inte tas ut. Det finns således möjlighet för vissa resenärer att slippa denna avgift och därför har denna avgift också setts som en tilläggsavgift i denna studie. Bortfallen i empirin berodde på avsaknad av prisuppgift orsakat av slutsålda biljetter eller inställda flyg med anledning av askmolnet orsakat av vulkanen Eyjafjallajökull på Island (se bilaga 2 för detaljer).[37] Bortfallen är borträknade i det angivna antalet observationer.

2.1.1 Undersökta avgångar: Stockholm – Bryssel

Den undersökta flygsträckan trafikerar mellan Skavsta flygplats i Stockholm och flygplatsen i Charleroi, Bryssel. De 14 undersökta avgångarna, dess flightnummer och antalet observationer (priser) var följande:

	Avgångstid		**Flightnummer**	**Observationer**
Vecka 16				
Måndag	2010.04.12	09:45	FR9564	40
Tisdag	2010.04.13	07:15	FR9564	41
Onsdag	2010.04.14	09:45	FR9564	42
Torsdag	2010.04.15	09:45	FR9564	43
Fredag	2010.04.16	09:45	FR9564	44
Lördag	2010.04.17	07:30	FR9564	43 (2 bortfall)
Söndag	2010.04.18	09:45	FR9564	43 (3 bortfall)
Vecka 17				
Måndag	2010.04.19	09:45	FR9564	45 (2 bortfall)
Tisdag	2010.04.20	07:15	FR9564	47 (1 bortfall)

[37] Sydsvenskan, http://www.sydsvenskan.se/varlden/vulkan/article727916/Askmolnet-kvar---ode-luftrum-i-Europa.html, 2010-05-07, 14:29

Onsdag	2010.04.21	09:45	FR9564	47 (2 bortfall)
Torsdag	2010.04.22	07:30	FR9564	49 (1 bortfall)
Fredag	2010.04.23	09:45	FR9564	51
Lördag	2010.04.24	07:30	FR9564	52
Söndag	2010.04.25	09:45	FR9564	53
			Totalt:	**640**

2.1.2 Undersökta avgångar: Stockholm – London

Den undersökta flygsträckan trafikerar mellan Skavsta flygplats i Stockholm och Stansted flygplats i London. De 14 undersökta avgångarna, dess flightnummer och antalet observationer (priser) var följande:

	Avgångstid		**Flightnummer**	**Observationer**
Vecka 16				
Måndag	2010.04.12	09:40	FR53	40
Tisdag	2010.04.13	09:40	FR53	41
Onsdag	2010.04.14	09:40	FR53	42
Torsdag	2010.04.15	09:40	FR53	43
Fredag	2010.04.16	09:40	FR53	44
Lördag	2010.04.17	09:40	FR53	43 (2 bortfall)
Söndag	2010.04.18	09:40	FR53	43 (2 bortfall)
Vecka 17				
Måndag	2010.04.19	09:40	FR53	44 (2 bortfall)
Tisdag	2010.04.20	09:40	FR53	45 (2 bortfall)
Onsdag	2010.04.21	09:40	FR53	46 (3 bortfall)
Torsdag	2010.04.22	09:40	FR53	47 (3 bortfall)
Fredag	2010.04.23	09:40	FR53	47 (4 bortfall)
Lördag	2010.04.24	09:40	FR53	49 (3 bortfall)
Söndag	2010.04.25	09:40	FR53	47 (6 bortfall)
			Totalt:	**627**

2.1.3 Undersökta avgångar: Stockholm – Oslo

Den undersökta flygsträckan trafikerar mellan Skavsta flygplats i Stockholm och flygplatsen i Rygge, Oslo. De 14 undersökta avgångarna, dess flightnummer och antalet observationer (priser) var följande:

	Avgångstid		**Flightnummer**	**Observationer**
Vecka 16				
Måndag	2010.04.12	07:55	FR1601	40
Tisdag	2010.04.13	07:55	FR1601	41
Onsdag	2010.04.14	07:55	FR1601	42
Torsdag	2010.04.15	07:55	FR1601	43
Fredag	2010.04.16	07:55	FR1601	44

Lördag	2010.04.17	21:50	FR1601	43 (2 bortfall)
Söndag	2010.04.18	21:50	FR1601	43 (3 bortfall)
Vecka 17				
Måndag	2010.04.19	07:55	FR1601	46 (1 bortfall)
Tisdag	2010.04.20	21:50	FR1601	47 (1 bortfall)
Onsdag	2010.04.21	07:55	FR1601	47 (2 bortfall)
Torsdag	2010.04.22	21:50	FR1601	47 (3 bortfall)
Fredag	2010.04.23	07:55	FR1601	51
Lördag	2010.04.24	21:50	FR1601	51 (1 bortfall)
Söndag	2010.04.25	07:55	FR1601	53
			Totalt:	**638**

2.2 Metod vid dataanalys

Den insamlade empirin har sammanställts i diagramform som sedan varit till hjälp vid tillämpning av teorierna. Datorprogrammen SPSS Statistics 17.0 och Microsoft Excel 2007 har använts till att utföra statistiska beräkningar vid dataanalysen. Alla beräkningar utfördes på priserna de 39 dagarna innan avgång samt avgångsdagen. Korrelationsanalyser utfördes med variabeln pris mot variabeln antal dagar kvar till avgång. Detta för att se hur prisförändringar förhöll sig till antal dagar kvar till avgång och för att lättare konstatera eventuella skillnader och likheter i den eventuella korrelationen mellan antal dagar kvar till avgång och pris. Korrelationsanalyserna har sedan underlättat för eventuella jämförelser både mellan de olika flygsträckorna men även i jämförelser mellan olika veckodagars avgångar på varje flygsträcka. Vidare har även t-test utförts på snittpris mellan de olika flygsträckorna för att se ifall snittpriserna var signifikanta på 95%-nivån. T-test utfördes även på varje flygsträckas snittpriser på den dyraste samt billigaste veckodagen att resa. Detta för att se ifall snittprisernas skillnader mellan dessa dagar var signifikanta på 95%.-nivån. I övrigt har även medelvärde och medianvärde på priset beräknats för varje avgång (se bilaga 4).

2.3 Metodkritik

Att i realtid se alla prisförändringar som sker hos Ryanair är praktiskt ohållbart och ogenomförbart utan tekniska hjälpmedel. En stor brist i metoden är således att den insamlade empirin enbart speglar priset på flygbiljetterna under en kort given tid varje dygn, nämligen mellan klockan 10:00 och 11:00. Detta leder till att eventuella prisändringar under övriga dygnet varken observerats eller insamlats. Biljettpriserna som samlats in mellan klockan 10:00 och 11:00

varje dag får därför representera hela det dygnets prisnivå, vilket kanske inte alltid stämmer. Även exakt tid för när varje pris samlats in under respektive dag hade kunnat antecknas för att få en exakt bild över när en specifik flygnings pris undersökts under varje unikt dygn. Det är mycket möjligt att det enbart under timmen 10:00-11:00 kan ha skett prisförändringar på biljetterna.

Empirin kunde även ha innefattat en längre tidsperiod. Den undersökta empirin täcker nu endast biljettpriserna under minst 40 dagar per undersökt avgång. Många av biljettpriserna finns tillgängliga uppemot ett år innan avgång och även om tiden för uppsatsskrivandet satt stopp för när insamlingen kunde påbörjas och avslutas, kunde det varit intressant att se hur priserna utvecklats under en längre period än de knappa två månaderna som nu ingår i studien.

Studien har endast med ett flygbolag, Ryanair. Fler undersökta flygbolag hade gett en stabilare grund för eventuella generaliseringar om hur flygbolag resonerar avseende prisstrategier. Nu undersöks detta flygbolags prisstrategier snarare än exempelvis en hel flygsträckas eller lågprisflygbolagens prisstrategier. Att endast ett flygbolag har valts i studien beror på att det gjordes en avvägning om att ha en stor mängd empiri på ett flygbolag eller samma mängd empiri utspridd över fler. Valet föll då på det förstnämnda av anledningen att det av författaren ansågs vara en bättre grund för en mer omfattande analys.

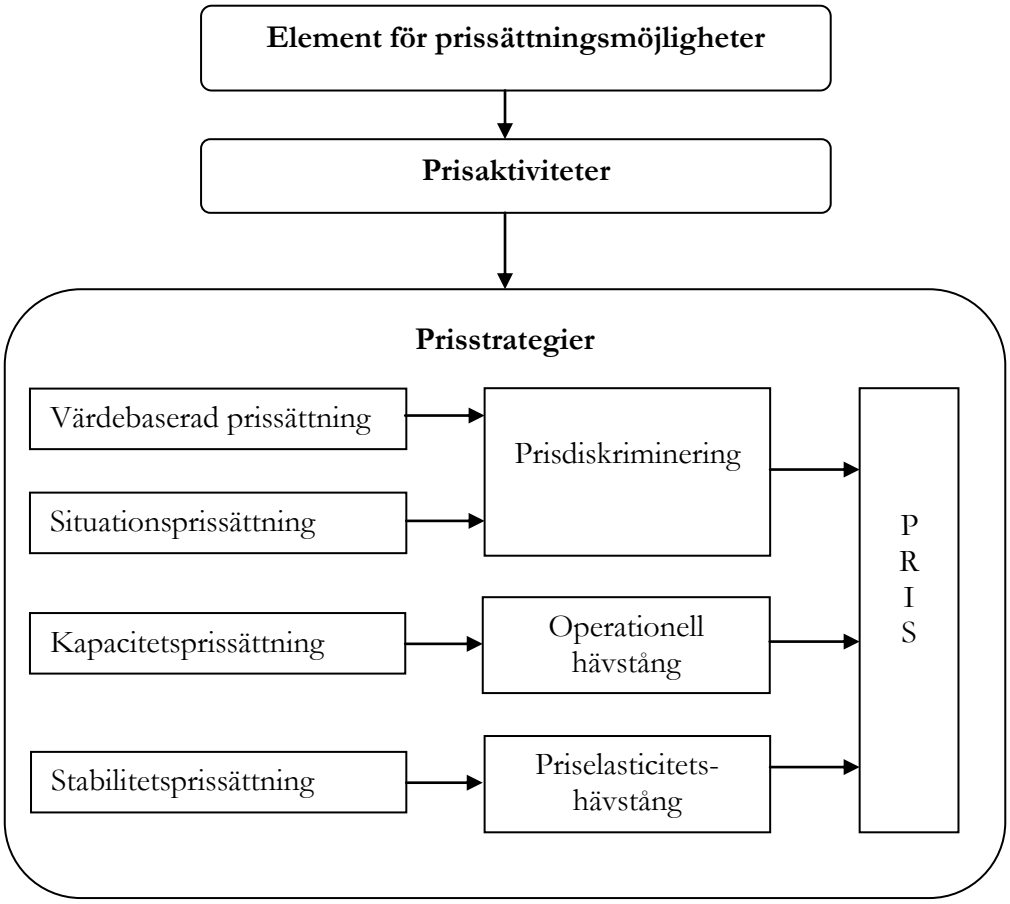
Bolaget Ryanair är baserat på Irland och har sitt kontor där vilket gör att priserna förmodligen är satta i euro vilket gör att små förändringar i priset mycket väl kan ha att göra med valutakursförändringar och möjligtvis inte prisstrategier. Anledningen till att studien baseras på valutan svenska kronor istället för euro beror på att avgångsflygplatsen Skavsta flygplats ligger i Sverige och ett helt personligt antagande är att majoriteten av de som bokar dessa biljetter betalar i svensk valuta och inte i euro. Under tiden för insamling av empiri har 1 euro kostat 9,7735 kronor som mest och 9,6130 kronor som minst medan medelvärdet under de undersökta dagarna låg på 9,7072 kronor.[38] Standardavvikelsen för valutakursen under denna tid låg på 0,0428. Detta visar på att valutakursförändringarna var förhållandevis låga (en ökning från den lägsta till den högsta kursnoteringen skulle generera en ökning på 0,98%) under den undersökta tiden och om den påverkat dagliga prisförändringar så har detta skett med liten procentuell effekt.

Bortfallet på grund av askmolnet orsakat av vulkanen Eyjafjallajökull på Island påverkade mestadels observationer väldigt nära avgångsdagen. Detta kan ha påverkat resultatet och medelpriset på vissa avgångar då biljettpriset generellt sett visade sig vara högst dagarna före avgång.

[38] Sveriges Riksbank, http://www.riksbank.se/templates/stat.aspx?id=16748, 2010-06-17, 11:53

3 Teori

Prissättning av produkter och tjänster kan delas in i tre större delar: Element för prissättningsmöjligheter, prisaktiviteter och slutligen prisstrategier som leder till det slutgiltiga priset som sätts på produkten eller tjänsten (se figur 3.1). Element för prissättningsmöjligheter är de förutsättningar vid prissättning som varje företag har när det kommer till socialt kapital samt system- och humankapital. Prisaktivitet är de aktiviteter som företagen använder sig av vid prissättning som exempelvis förhandlingar samt utvärderingar och planering som i sin tur är en grund för prisstrategierna som företagen sedan har och hur dessa hör ihop med dimensionerna.[39]



Figur 3.1: Prissättningsförmåga enligt Hallberg (förenklad och modifierad) [40]

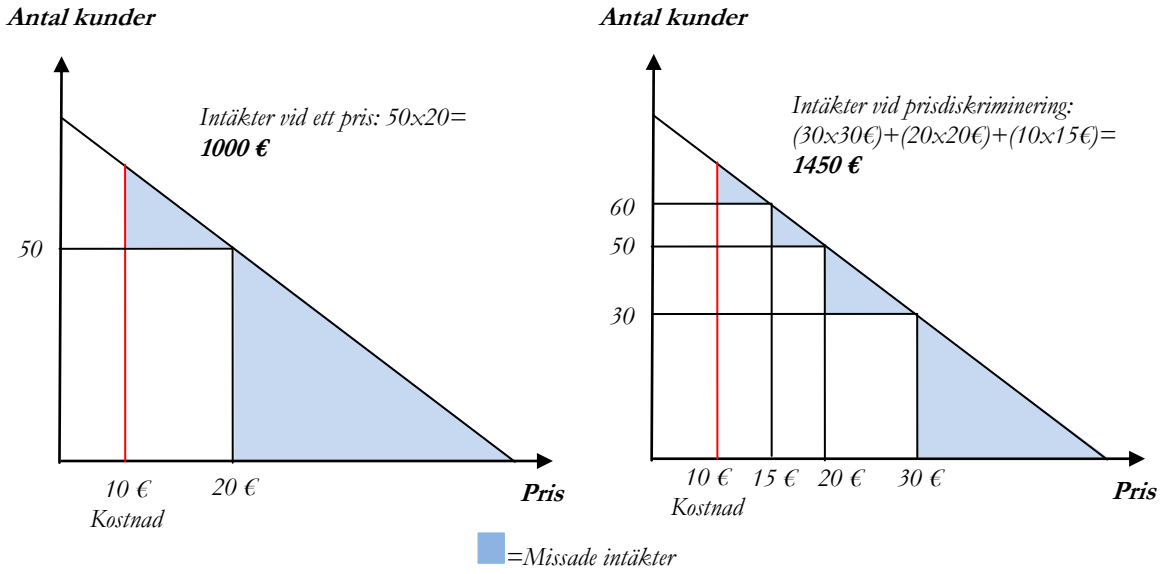
Fokus i teoriavsnittet ligger på den sista delen, nämligen prisstrategier. Detta för att de två övriga komponenterna (element för prissättningsmöjligheter och prisaktiviteter) främst är interna aktiviteter inom företagen medan prisstrategierna är det som förmedlas externt via bland annat prissättning. Inledningsvis presenteras de tre dimensionerna prisdiskriminering, operationell

[39] Hallberg, *Pricing Capability and Its Strategic Dimensions*, Lund Business Press, Lund, 2008, s. 233
[40] Hallberg, 2008, s. 233

hävstång och priselasticitetshävstång. Teoriavsnittet avslutas med att presentera fyra prissättningsstrategier som beskrivs utifrån de tre dimensionerna.

3.1 Prisdiskriminering

Prisdiskriminering är när företag tar olika betalt av sina kunder för exakt samma produkt eller tjänst av andra anledningar än själva kostnaden. Många företag är väl medvetna om att kunder värderar deras produkter olika men att företagen i många fall trots allt bara tar ut ett och samma pris för alla kunder. Genom att bara ta ut ett och samma pris tappar många företag intäkter som de kunde fått in om de utnyttjat prisdiskriminering (se figur 3.2), d.v.s. haft olika priser av samma vara beroende på vilken kund eller kundgrupp det är.[41]



Figur 3.2: Illustration av och exempel på intäkter vid ett pris och vid prisdiskriminering[42]

Genom att nyttja prisdiskriminering kan företagen således öka sina intäkter. För att företagen skall kunna göra detta på ett effektivt sätt krävs dock att två grundläggande krav är uppfyllda. Först och främst måste det finnas skillnad i efterfrågepriselasticiteten mellan olika kundgrupper. De kundgrupper som är minst priskänsliga får betala ett högre pris medan de kundgrupper där priselasticiteten är hög får betala ett lägre pris. Det andra kravet är att de kundgrupper som köper

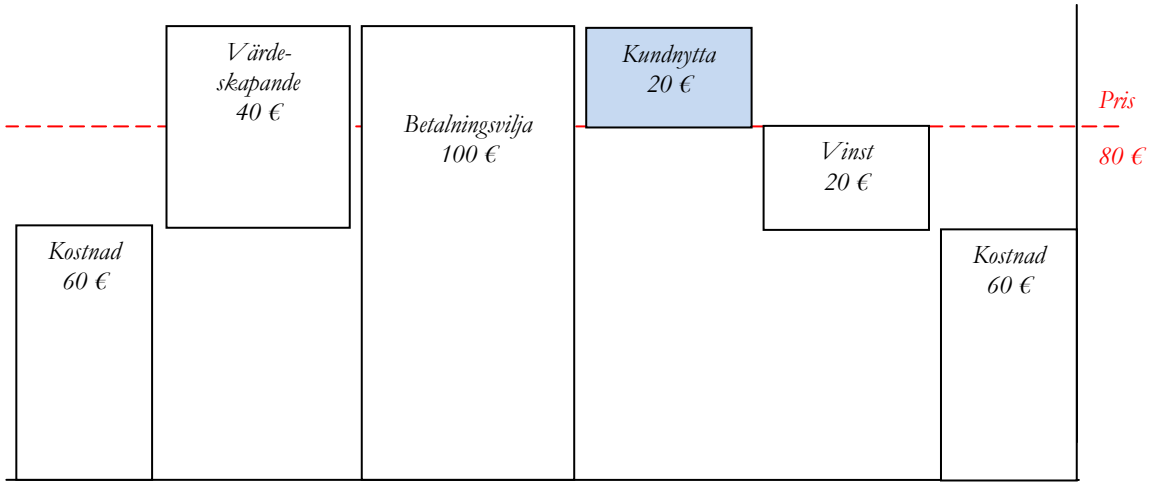
[41] Simon & Butscher, Individualised Pricing: Boosting Profitability with the Higher Art of Power Pricing, *European Management Journal*, Vol. 19, no. 2, 2001, s. 109–114

[42] Simon m.fl., 2001, s. 109-114; Kansmark, Lindén & Svensson, *Strategisk Prissättning i Tjänsteföretag - En Fallstudie av SJ*, Lunds Universitet, 2008, s. 33

sina produkter eller tjänster till det billigare priset inte ska ha möjlighet att sälja vidare dessa till kundgrupper som betalar ett högre pris. Detta krav är mer aktuellt i vissa branscher än andra. I exempelvis flygbolagsbranschen är detta något som ständigt eftersträvas medan i frisörbranschen är detta inget problem då den sålda tjänsten utförs direkt på kunden vid köp vilket skapar hinder för vidareförsäljning.[43]

3.1.1 Första gradens prisdiskriminering

Första gradens prisdiskriminering kallas också för perfekt prisdiskriminering och är när företaget delar in marknaden efter varje kund och tar betalt av varje kund efter vad de är villiga att betala för en viss produkt eller tjänst. Företagen måste därför veta exakt hur hög varje specifik kunds betalningsvilja är och anpassa priset så att kundnyttan försvinner och att företagets vinst blir så hög den bara kan bli (se figur 3.3). Det gäller således att ta betalt för både hela kostnaden och det värdeskapande. [44]



Figur 3.3: Komponenter för värdeskapande av en produkt [45]

Första gradens prisdiskriminering är svår att uppnå för företag. Det är oerhört svårt för företagen att få reda på hur hög betalningsvilja varje kund har. Denna information är inget som kunderna gärna delar med sig av och att utföra marknadsundersökning på alla kunder i syfte att få reda på detta skulle dels skapa oerhörda transaktionskostnader men även en svårighet med kundernas uppriktighet. [46]

[43] Riley, http://tutor2u.net/economics/revision-notes/a2-micro-price-discrimination.html, 2010-05-01, 17:38
[44] Riley, 2010-05-02, 10:30
[45] Besanko m.fl., 2010, s. 370
[46] Riley, 2010-05-02 11:02

3.1.2 Andra gradens prisdiskriminering

Vid andra gradens prisdiskriminering gäller olika priser för samma produkt eller tjänst beroende på villkoren som ställs vid köpet och att kunderna har möjlighet att självselektera när eller hur de ska köpa produkten eller tjänsten så att de passar deras betalningsvilja på bästa sätt.[47] Exempel på andra gradens prisdiskriminering är bland annat när tjänster säljs till sista-minuten-priser. Detta är vanligt i branscher med en hög fast kostnad men med låga marginalkostnader såsom hotell- och flygbolagsbranschen. Samtidigt har vissa aktörer på flygbolagsbranschen anammat en andra gradens prisdiskriminering tvärtemot sista-minuten-prissättningen. Biljetterna är som dyrast precis innan avgång och dessa flygbolag är då av meningen att ju närmre avgång desto lägre efterfrågepriselasticitet och att dessa kunder har en högre betalningsvilja än de som bokat sina biljetter i tid på grund av att de är i större behov att åka ett specifikt datum.[48] Kunder kan också få möjlighet att köpa produkter till mängdrabatt, vilket då också hör till andra gradens prisdiskriminering. För att illustrera med ett exempel; Låt säga att det finns en affärsman med en betalningsvilja på 1000 € för en flygbiljett. Dennes partner vill gärna åka med på resan men har en betalningsvilja på 600 €, då behovet att åka på denna resa inte är lika högt som hos affärsresenären. Flygbolaget har då tre alternativ. Antingen tar flygbolaget 1000 € per biljett och får en intäkt på 1000 € (1000 €+0 €). De kan också ta ut 600 € per biljett och få 1200 € (600 €+600 €) i intäkter. Det som genererar högst intäkt i detta fall är dock om flygbolaget slår ihop dessa två personers betalningsvilja till ett paketpris och får då in 1600 € (1000 €+600 €) i intäkter.[49]

3.1.3 Tredje gradens prisdiskriminering

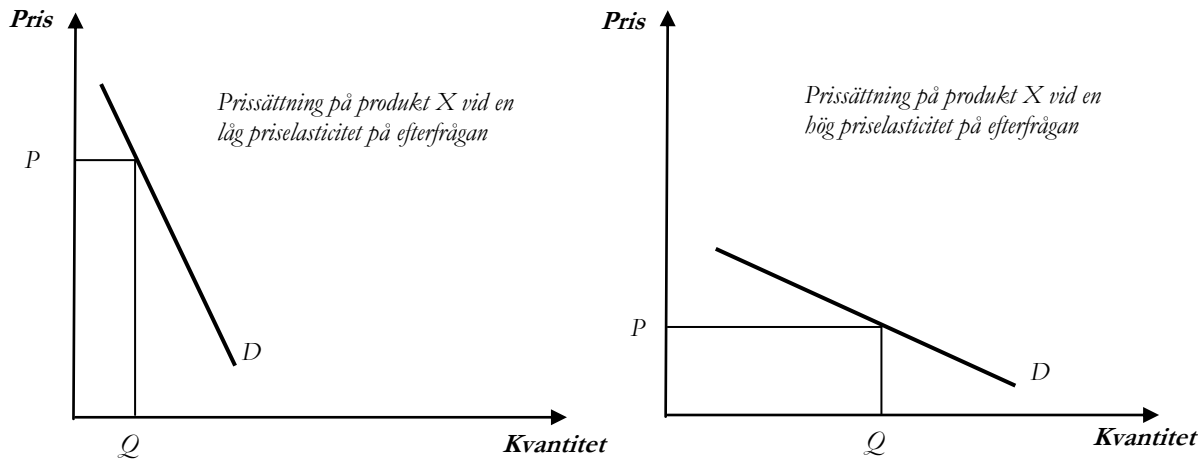
Tredje gradens prisdiskriminering är när företagen delar in kunderna i segment och tar olika betalt för samma produkter eller tjänster beroende i vilket segment som kunden befinner sig i. Ett exempel på detta är speciella priser för vissa grupper av människor som studenter eller pensionärer.[50] Ett annat sätt att nyttja tredje gradens prisdiskriminering är att ta olika betalt beroende på var produkten eller tjänsten säljs och där det finns skillnader i hur pass elastisk efterfrågan är. Priserna på samma varor eller tjänster kan därför variera länder emellan trots att kostnaden kan vara densamma var de än säljs. Prissättningen beror istället helt på hur pass elastisk efterfrågan är vid en eventuell sänkning eller höjning av priset. [51]

---

[47] Konkurrensverket, 2010-05-02, 15:27
[48] Riley, 2010-05-02, 15:43
[49] Simon m.fl., 2001, s. 109-114
[50] Konkurrensverket, 2010-05-02, 16:22
[51] Riley, 2010-05-02, 16:58

3.2 Priselasticitetshävstång

Sett ur priselasticitetshävstången så är det priselasticiteten på efterfrågan som är den avgörande faktorn på vilken nivå som priset kommer sättas. En hög priselasticitet på efterfrågan leder till ett relativt lågt pris medan en låg priselasticitet på efterfrågan leder till ett relativt högt pris (se figur 3.4).[52] Företag som använder sig av priselasticitetshävstången vid prissättning av sina produkter eller tjänster gör det efter hur efterfrågan ser ut. Priset hamnar då på den nivå där det säljs den kvantitet som i kombination med det satta priset genererar högst intäkter. [53]



Figur 3.4: Exempel på prissättning vid olika priselasticitet på efterfrågan[54]

3.3 Operativ hävstång

Sätts priserna hos ett företag sett ur den operativa hävstången så är det förhållandet mellan fasta och rörliga kostnader hos företaget som avgör på vilken nivå som priserna hamnar. Är förhållandet lågt, d.v.s. de rörliga kostnaderna är högre, så sätts höga priser. Är förhållandet däremot högt, d.v.s. höga fasta kostnader, så sätts ett lägre pris. [55]

3.4 Prisstrategier

3.4.1 Kapacitetsprissättning

Vid kapacitetsprissättning är det kapaciteten som är fokus. Priset sätts efter hur mycket företaget kan sälja till sina kunder. Förhandlingar med kunder rörande priset är också en viktig bit i denna

[52] Hallberg, 2008, s. 57
[53] Tung m.fl., Service pricing: a multi-step synthetic approach, *Journal of Services Marketing,* Vol. 11, no. 1, 1997, s. 53-56
[54] Riley, 2010-05-02, 16:58
[55] Hallberg, 2008, s. 57

prisstrategi.[56] Prisdiskriminering förekommer på så sätt att produktgrupper är prissatta i olika nivåer med mål att uppnå kapacitetsmålet. Marknadsfaktorerna har ett begränsat inflytande på det pris satt i inledningsfasen men har sedan en inverkan i och med att företagen börjar förhandla med sina kunder om priset. Den dimension som har störst inflytande vid användandet av denna prisstrategi är den operativa hävstången. Priserna baseras på en fullständig kostnadskalkyl där totala kostnaden, omsättning och de rörliga kostnaderna spelar in.[57]

3.4.2 Värdebaserad prissättning

Ytterligare en prissättningsstrategi är när priset som sätts baseras på det upplevda kundvärdet och kundens betalningsvilja. Priset bestäms således av hur företaget tror sig veta vad kunden värderar produkten eller tjänsten till. Utifrån dimensionen prisdiskriminering är priserna vid en värdebaserad prissättning väldigt flexibla sett till konkurrenssituationen och hur hög betalningsvilja varje individuell kund har. Prissättningen har ett väldigt litet inflytande över hur förhållandet mellan de fasta och rörliga kostnaderna ser ut. Sett ur priselasticitetshävstången så baseras priserna på antaganden om marknadsfaktorer som påverkar kunden betalningsvilja och konkurrenssituationen. Den värdebaserade prissättningens största fördel är därför också prisdiskriminering.[58]

3.4.3 Situationsprissättning

Likt den värdebaserade prissättningen grundas priset i situationsprissättningen också på kundens betalningsvilja och priserna är således väldigt flexibla sett till just detta och till konkurrenssituationen på marknaden.[59] Grunden i denna prissättningsstrategi är att priset justeras vid situationer där kommersiella möjligheter kan uppstå. På en marknad i förändring, där justeringar görs efter kundens behov och önskemål, skapas många nya situationer där företaget kan höja sitt pris på produkten.[60] Dimensionen priselasticitetshävstången har betydelse i denna prisstrategi eftersom priset baseras på antaganden om marknadsfaktorer som påverkar kundens betalningsvilja. Företagen måste därför försöka uppskatta vad kunderna är villiga att betala för de nya eller justerade produkterna.[61]

---

[56] Hallberg, 2008, s. 127
[57] Ibid., s. 214
[58] Ibid.
[59] Ibid.
[60] Ibid., s. 167
[61] Ibid., s. 214

3.4.4 Stabilitetsprissättning

I denna prisstrategi är priserna baserade på uppfattningen om en långvarig stabilitet och marknadstrovärdighet. Den generella idén i stabilitetsprissättning är att, i den mån det går, använda sig av produktdifferentiering.[62] Priserna är delvis baserade på marknadsfaktorer där priser på differentierade produkter är prissatta på så sätt att priset läggs på den totala kostnaden medan mindre differentierade produkter prissätts efter en utvärdering av marknaden. Fördelen med denna prisstrategi är att det genererar stabila priser och marknadstrovärdighet.[63]

3.5 Teorikritik

Teorin 'Den operativa hävstången' har i denna studie ej använts vid analys av empirin eftersom empirin varken omfattar Ryanairs fasta eller rörliga kostnader. Den nämnda teorin har istället tagits med i studien i ett förklarande syfte med anledning av att det är en av de dimensioner som de fyra prisstrategierna utgår ifrån.

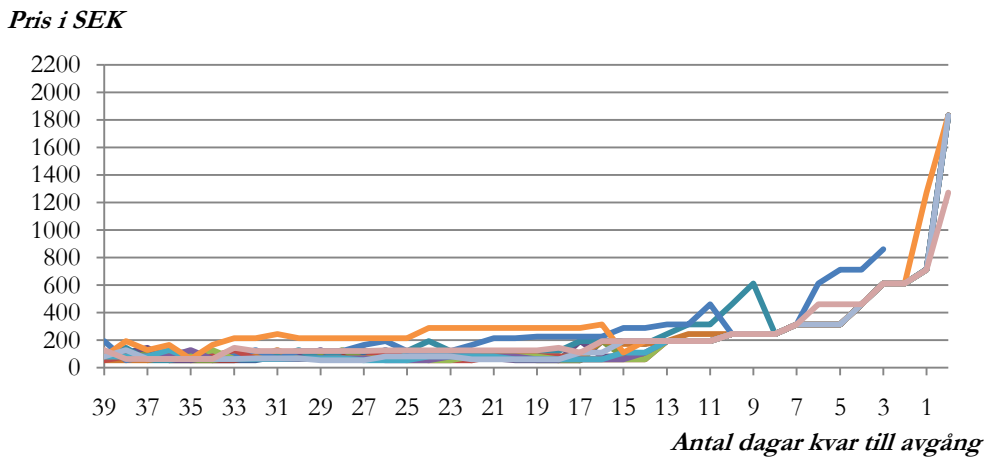
De fyra prisstrategierna i studien är presenterade av en och samma författare, Niklas L. Hallberg. Fler prisstrategier, presenterade av fler författare, skulle öka teoriramverkets bredd och då även öka möjligheterna till en mer omfattande analys och sedermera även en mer konkret slutsats.

[62] Hallberg, 2008, s. 177
[63] Ibid., s. 214

4 Empiri

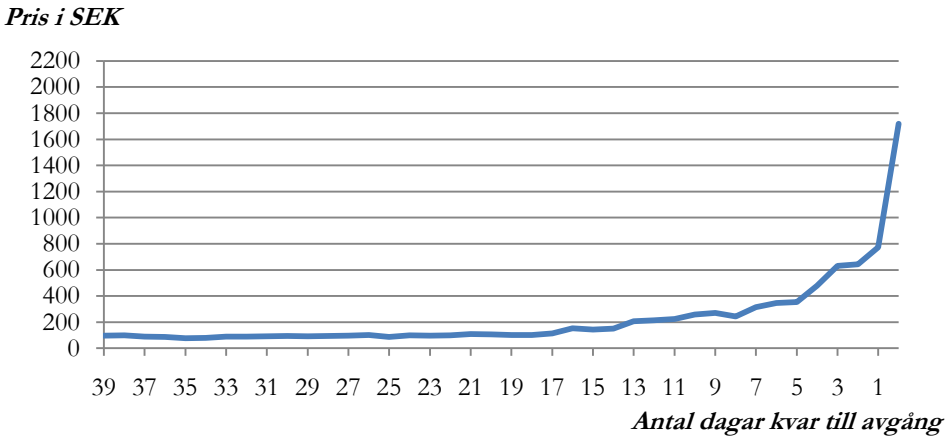
4.1 Stockholm – Bryssel

På den undersökta flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi kostar en flygbiljett i snitt 215,76 kronor medan medianpriset hamnar på 121,75 kronor. En anledning till att medelvärdet är så pass mycket högre (94,01 kronor eller 77,21%) beror på att priset för biljetterna i snitt ökar med 254,67% dagen för avgång. För flighten med avgångsdatum onsdagen den 14:e april 2010 ökar exempelvis priset från 510,95 kronor till 2130,95 kronor på avgångsdagen. En sådan ökning påverkar således medelvärdet men inte medianvärdet. Ett medelvärde beräknat utan avgångsdagarnas priser hamnar istället på 161,49 kronor, vilket är 25,15% lägre än med avgångsdagarnas priser inkluderat.



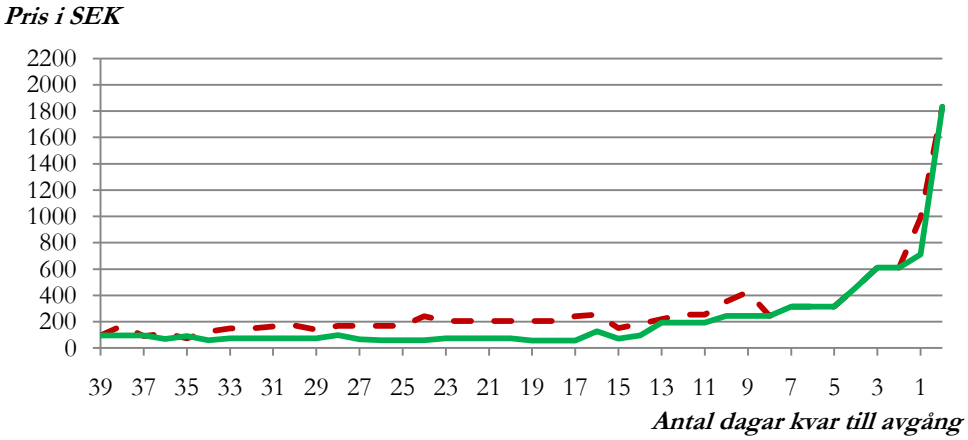
Figur 4.1: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta - Bryssel Charleroi (se bilaga 3 för utförlig information rörande vilken linje som representerar vilken flight)

Vid uträkning av snittpris per dag går det att se att priserna håller sig på en jämn nivå (76,50-114,94 kronor) fram tills att det återstår 16 dagar kvar till avgång då priset börjar öka (152,65 kronor) (se figur 4.2). Snittpriset är som lägst 35 dagar före avresa då det har en nivå på 76,50 kronor. Det högsta snittpriset för en biljett är på avgångsdagen då det ligger på 1718,95 kronor.



Figur 4.2: Snittpris de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta - Bryssel Charleroi

Den veckodag då det är dyrast att resa till Bryssel Charleroi från Stockholm Skavsta är flyg med avgångsdag på en fredag då snittpriset för en biljett ligger på 290,27 kronor och är således 74,51 kronor dyrare än snittpriset för alla de undersökta avgångarna. Detta kan jämföras med onsdagar som har ett snittpris för en flygbiljett som ligger på 184,84 kronor och är den veckodag med lägst snittpris (se figur 4.3).



Figur 4.3: Snittpris för den dyraste dagen att resa (fredag – röd streckad linje) och den billigaste dagen att resa (onsdag – grön linje) vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi

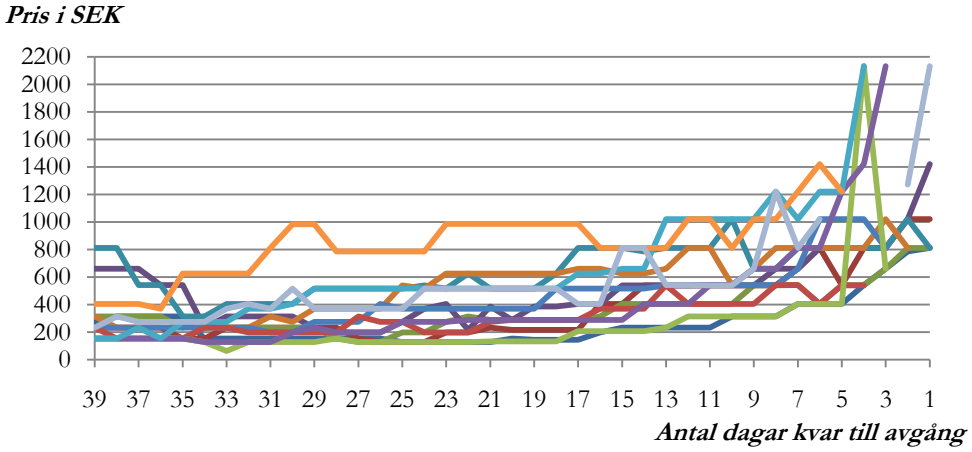
Att köpa en biljett med avgångsdag fredag mot att köpa en biljett med avgångsdag onsdag är i snitt 105,43 kronor dyrare. Störst skillnad veckodagarna emellan är det dagen före avresa då det kostar 279,97 kronor mer att köpa en biljett för en resa med fredag som avgångsdag.

Sammanfattning

Snittpris för en biljett:	215,76 kronor (aritmetiskt medelvärde)
Medianpris för en biljett:	121,75 kronor
Snittpriset som lägst:	35 dagar före avresa (76,50 kronor)
Snittpriset som högst:	0 dagar före avresa (1718,95 kronor)
Veckodag med lägst snittpris:	Onsdag (184,84 kronor)
Veckodag med högst snittpris:	Fredag (290,27 kronor)

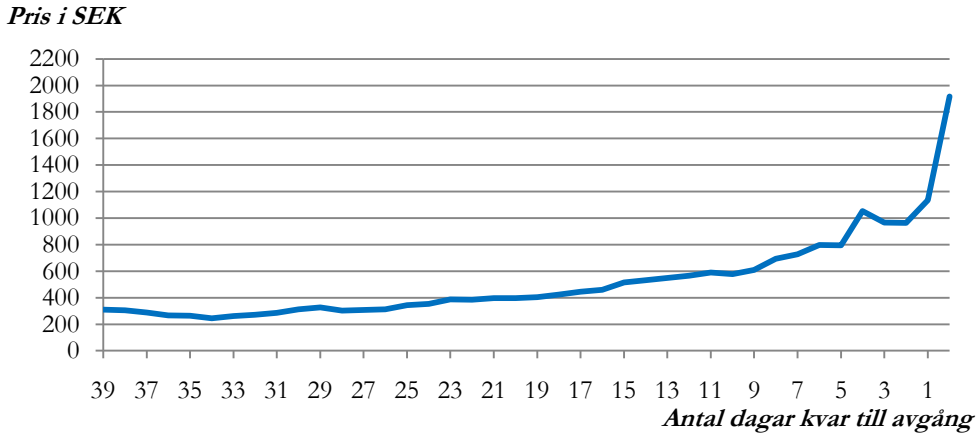
4.2 Stockholm – London

Att resa från Stockholm Skavsta till London Stansted kostar i snitt 489,83 kronor medan medianpriset hamnar på 404 kronor. Priset ökar i snitt med 96,45% på avgångsdagen där flighten med avgångsdatum tisdagen den 13:e april 2010 är ett exempel med ökningen från 1021,17 kronor till 2130,95 kronor på just avgångsdagen. Utesluts avgångsdagen i beräkningen av det aritmetiska medelvärdet minskar snittpriset med 4,48% och hamnar istället på 468,01 kronor.



Figur 4.4: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted (se bilaga 3 för utförlig information rörande vilken linje som representerar vilken flight)

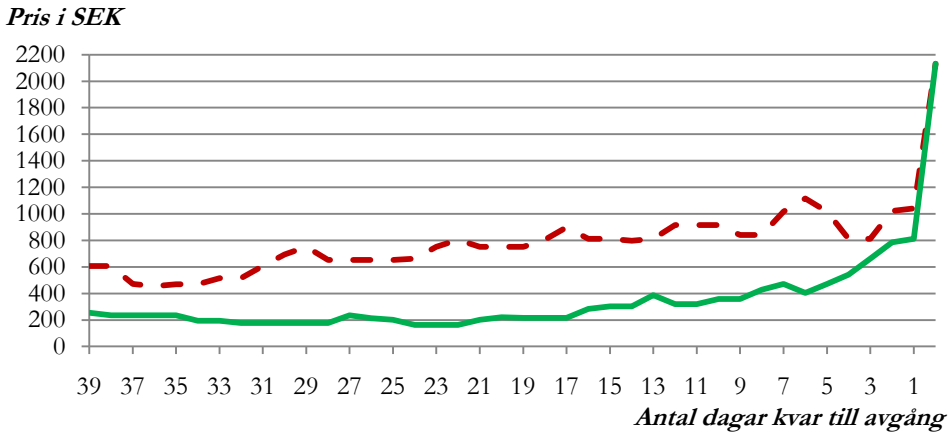
Vid uträkning av snittpris per dag går det att se att priserna sjunker (från 309,39 kronor till 245,36 kronor) fram till och med att det återstår 34 dagar kvar till avgång då snittpriset är som lägst på 245,36 kronor (se figur 4.5). Därefter ökar, med undantag för när det återstår 28, 10 respektive 3 dagar till avgång, snittpriset fram till avgångsdagen då snittpriset är som högst på 1915,96 kronor.



Figur 4.5: Snittpris de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted

Sett till veckodagar så är flighter med fredag som avgångsdag de dagar med högst snittpris till London Stansted från Stockholm Skavsta. Snittpriset ligger då på 767,98 kronor. Detta kan jämföras med måndagen med lägst snittpris på 334,56 kronor. Snittprisskillnaden dagarna emellan är således 433,42 kronor för en flygbiljett och att resa på en fredag är i snitt 129,54% dyrare än en måndag (se figur 4.6). Det totala snittpriset är 278,15 kronor lägre än fredagens snittpris och 155,27 kronor högre än måndagens snittpris.

Störst skillnad veckodagarna emellan är det när det återstår 17 dagar till avresan då det kostar 681,96 kronor mer att köpa en biljett för en resa med fredag som avgångsdag. Minst skillnad är det ifall en biljett köps på avgångsdagen då det faktiskt är 11 öre dyrare att resa med en flight på en måndag (den annars billigare avgångsdagen).



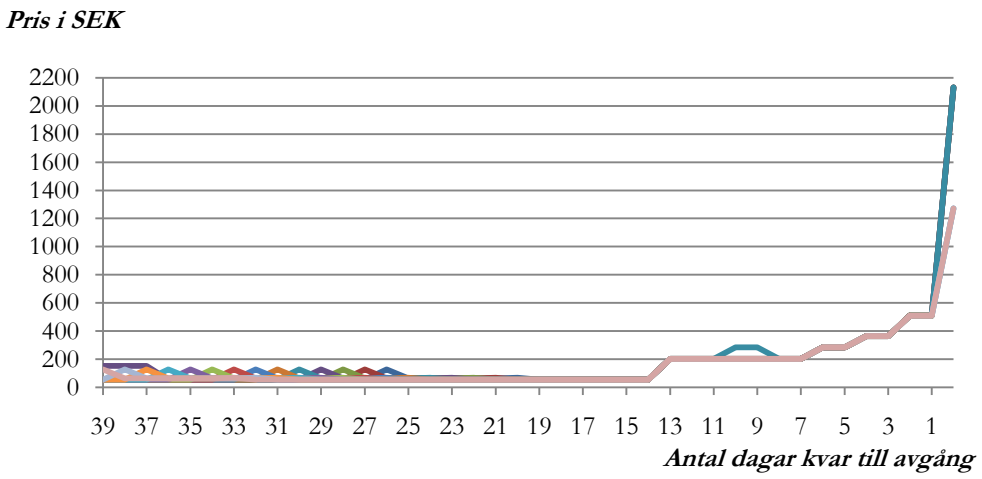
Figur 4.6: Snittpris för den dyraste dagen att resa (fredag – röd streckad linje) och den billigaste dagen att resa (måndag – grön linje) vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted

Sammanfattning

Snittpris för en biljett:	489,83 kronor (aritmetiskt medelvärde)
Medianpris för en biljett:	404 kronor
Snittpriset som lägst:	34 dagar före avresa (245,36 kronor)
Snittpriset som högst:	0 dagar före avresa (1915,96 kronor)
Veckodag med lägst snittpris:	Måndag (334,56 kronor)
Veckodag med högst snittpris:	Fredag (767,98 kronor)

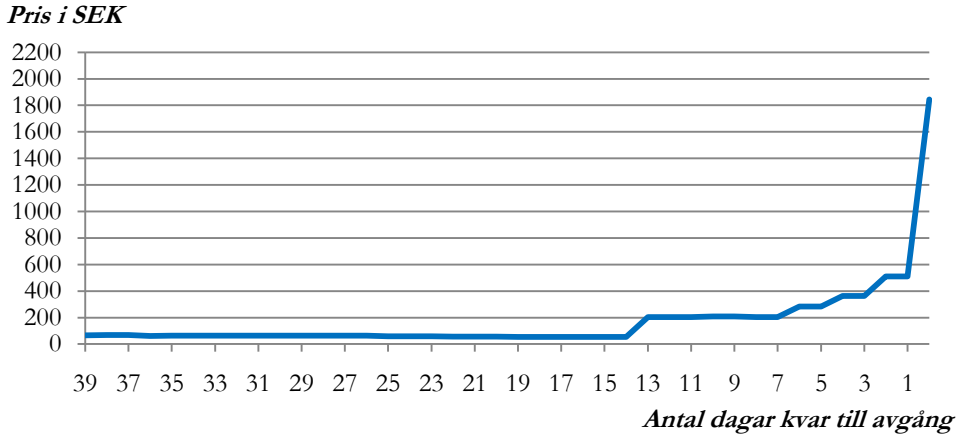
4.3 Stockholm – Oslo

På den undersökta flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge kostar en flygbiljett i snitt 161,49 kronor medan medianpriset hamnar på 64,50 kronor. Likt flygsträckan som trafikerar till Bryssel Charleroi från Stockholm Skavsta är en av anledningarna till att medelvärdet är så pass mycket högre (96,99 kronor eller 150,37%) att priset för biljetterna i snitt ökar med 260,91% på avgångsdagen. Ett exempel är flighten med avgång måndagen den 12:e april 2010 där priset ökar från 511,17 kronor till 2130,95 kronor på avgångsdagen. Denna typ av ökning som sker precis innan avgång påverkar medelvärdet men inte medianvärdet. Utesluts avgångsdagarnas priser blir det aritmetiska medelvärdet istället 133,50 kronor, vilket är 17,33% lägre än med avgångsdagarnas priser inkluderat.



Figur 4.7: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge (se bilaga 3 för utförlig information rörande vilken linje som representerar vilken flight)

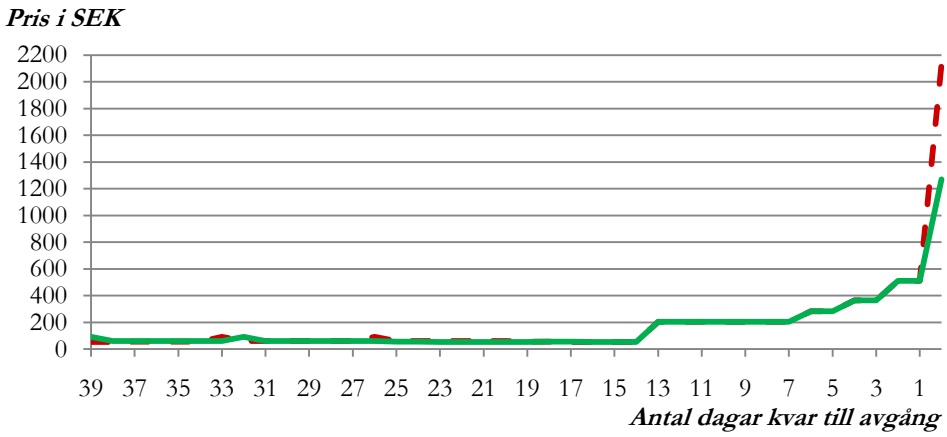
Sett till snittpris per dag går det att se att priserna håller sig på en jämn nivå (54,80-68,71 kronor) fram till att det återstår 13 dagar kvar till avgång då priset ökar till 204 kronor och sedan inte understiger den summan (se figur 4.8).



Figur 4.8: Snittpris de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge

Snittpriset är som lägst 19 till 14 dagar före avresa då det hamnar på 54,80 kronor. Det högsta snittpriset för en biljett är på avgångsdagen då det ligger på 1844,27 kronor.

Sett till veckodagar så är flighter med måndag som avgångsdag, de dagar med högst snittpris på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge. Snittpriset på måndagar ligger på 181,88 kronor medan det på söndagar, som är den dag med lägst snittpris, är snittpriset för en biljett 141,10 kronor. Snittprisskillnaden dagarna emellan är således 40,78 kronor (se figur 4.9). I en jämförelse med det totala snittpriset så är måndagarnas biljetter i snitt 20,39 kronor dyrare medan söndagarnas biljetter är i snitt 20,39 kronor billigare.



Figur 4.9: Snittpris för den dyraste dagen att resa (måndag – röd streckad linje) och den billigaste dagen att resa (söndag – grön linje) vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge

Under avgångsdagen är det störst skillnad mellan att resa på en söndag jämfört med måndag då det är 860,05 kronor dyrare att resa under en måndag. När det återstår 39 dagar kvar till avgång är det däremot 37,27 kronor billigare att betala för en resa med den annars dyrare måndagen som avresedag jämfört med att ha söndag som avresedag.

Sammanfattning

Snittpris för en biljett:	161,49 kronor (aritmetiskt medelvärde)
Medianpris för en biljett:	64,50 kronor
Snittpriset som lägst:	19-14 dagar före avresa (54,80 kronor)
Snittpriset som högst:	0 dagar före avresa (1844,26 kronor)
Veckodag med lägst snittpris:	Söndag (141,10 kronor)
Veckodag med högst snittpris:	Måndag (181,88 kronor)

5 Analys och tolkning

Alla de undersökta avgångarna har bland annat två saker gemensamt; Det finns en negativ korrelation mellan dagar kvar till avgång och pris (r ligger mellan -0,49733 och -0,93993 på alla avgångar där p-värdet aldrig överstiger det kritiska p-värdet på 0,05 vilket visar på att resultatet är signifikant – se bilaga 4) samt att dess biljettpriser ökar med minst 44,06% (och upp till 317,05%) på avgångsdagen. Snittet för biljettprisökningen på avgångsdagen är 170,27% och ingen avgång har en biljett för under 1270,90 kronor på avgångsdagen. Detta visar på att Ryanair i sin prissättning av flygbiljetter tillämpar andra gradens prisdiskriminering under avgångsdagen. Av empirin att döma har Ryanair en tro på att resenärer som väljer att köpa sin biljett under avgångsdagen har en högre betalningsvilja än de som köper biljetterna några dagar tidigare. En förutsättning för detta är att de resenärer med lägre betalningsvilja än det pris som sätts på avgångsdagen, är medvetna om att priserna är som högst på avgångsdagen. I annat fall finns risken att de väntar till sista dagen och upptäcker då att priset är alldeles för högt jämfört med vad de är villiga att betala och avstår då att köpa en biljett. Ryanair riskerar i ett sådant eventuellt scenario att bli utan den intäkt som dessa resenärer annars skulle generera.

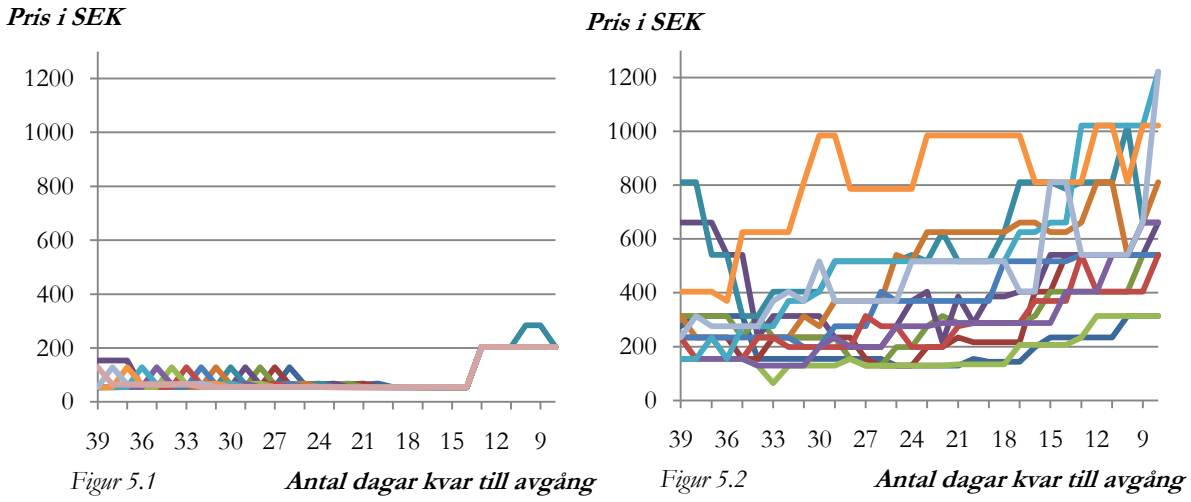
Det går även att tydligt se andra gradens prisdiskriminering när det kommer till de prisskillnader som finns beroende på vilken veckodag resenären väljer att resa. Detta märks tydligast på den undersökta flygsträckan Stockholm Skavsta – London Standsted där det i snitt är 129,54% dyrare att åka en fredag än en måndag. Resenärer kan även i detta fall självselektera och åka den dag som passar deras betalningsvilja bäst. Även på de övriga två undersökta flygsträckorna finns prisskillnader. På flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi är det 57,03% dyrare att åka på en fredag än onsdag medan vill en resenär ta sig från Stockholm Skavsta till Oslo Rygge så är det 28,9% dyrare att åka en måndag än en söndag (se tabell 5.1).

Flygsträcka	**Antal avgångar**	**Prisskillnad**
Stockholm Skavsta – London Stansted	19	129,54%
Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi	12	57,03%
Stockholm Skavsta – Oslo Rygge	7	28,90%

Tabell 5.1: Snittprisskillnader mellan den dyraste veckodagen och den billigaste veckodagen att resa per flygsträcka sorterat efter antal avgångar per vecka för varje flygsträcka (resultaten är alla signifikanta på 95%-nivån (se bilaga 4))

Det finns således klara distinktioner över skillnaderna mellan den dyraste och den billigaste veckodagen beroende på hur pass många avgångar som ett resmål har. Ju populärare resmål desto mer nyttjar Ryanair andra gradens prisdiskriminering på så sätt att prisskillnaderna blir större mellan den dyraste och den billigaste veckodagen.

Trots att Ryanair inte tillämpar första gradens prisdiskriminering kan de fortfarande göra olika försök att komma väldigt nära den så att varje resenär åtminstone betalar så gott som hela sin betalningsvilja. Empirin visar på stora skillnader vad gäller hur pass mycket priserna rör sig beroende på vilken flygsträcka det är. Bortses den sista veckan innan avgång, då majoriteten av flighternas priser stiger i och med den andra gradens prisdiskriminering som kulminerar på avgångsdagen, så går det att se skillnader i de olika flygsträckorna vad gäller prisrörelser. Den största skillnaden är mellan flygsträckorna Stockholm Skavsta – Oslo Rygge och Stockholm Skavsta – London Stansted (se figur 5.1 och 5.2). Spannet där priserna rör sig är betydligt större på flygningar till London än till Oslo. Ett biljettpris till London kan stiga nästan 600 kronor på bara några dagar medan en biljett till Oslo inte ens överstiger 284 kronor i totalpris under dessa observationsdagar (39-8 dagar före avgång).

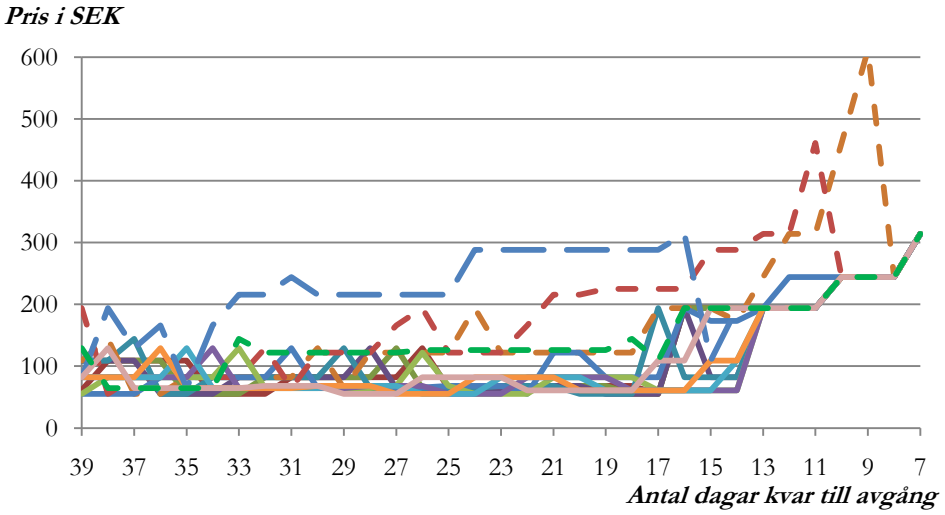


Figur 5.1 och 5.2: Alla undersökta flighters priser dagarna 39-8 före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckorna Stockholm Skavsta – Oslo Rygge (figur 5.1) och Stockholm Skavsta – London Stansted (figur 5.2) (se bilaga 3 för utförlig information rörande vilken linje som representerar vilken flight)

Empirin visar på att Ryanair har betydligt större rörlighet i priserna på populärare resmål och på så sätt med hjälp av ständiga prisförändringar försöker komma så nära resenärernas

betalningsvilja som möjligt. Det kan tyckas, sett till figur 5.1, att även priserna på biljetter till Oslo Rygge har en stor rörlighet fram till att det kvarstår 25 dagar till avgång. Detta stämmer självklart men på den flygsträckan är det prisändringar som följer ett mönster. De förändringar som sker på den flygsträckan fram till att det återstår 25 dagar kvar till avgång är en reflektion av det faktum att Ryanair den 17:e mars 2010 höjde priset på alla de undersökta avgångarna från 55 kronor till 129 kronor (se figur B3.6 i bilaga 3). Dagen därpå, 18.e mars 2010, sänkte Ryanair priset på dessa biljetter till 64,50 kronor och marknadsförde denna prissänkning som att de sänkt priset på biljetterna med 50%. Helt korrekt trots att det bara två dagar tidigare gick att köpa dessa biljetter för det billigare priset 55 kronor. I övrigt följer prissättning av biljetter till Oslo Rygge genomgående ett mönster. När det återstod 14 dagar kvar till avgång ökade alla de undersökta avgångarnas biljettpriser från 54,50-55 kronor till 204 kronor. Vid 6 dagar kvar till avgång ökade alla de undersökta avgångarnas biljettpriser från 204 kronor till 284 kronor. Två dagar senare, med 4 dagar kvar till avgång, ökade alla priser från 284 kronor till 364 kronor. Denna typ av prissättning tyder på att Ryanair inte, på samma sätt som på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted, försöker med ständiga prisförändringar uppnå det närmsta perfekt prisdiskrimination de kan komma.

Flygbiljettpriserna till Bryssel Charleroi utmärker sig på så sätt att de både har avgångar där priset rör sig likt flygningarna till London men också avgångar som följer ett visst mönster likt de till Oslo.



Figur 5.3: Alla de 14 undersökta flighternas priser dagarna 39-7 före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta - Bryssel Charleroi där de streckade linjerna representerar fredags- och söndagsavgångar (se bilaga 3 för utförlig information rörande vilken linje som representerar vilken flight)

Biljetter med avgångsdag söndag eller fredag (streckade linjerna i figur 5.3) liknar prissättningen av biljetter av resor till London medan de övriga avgångsdagarnas prissättning snarare följer ett mönster likt prissättningen av biljetterna till Oslo Rygge med snabbt ökade priser som sedan sänks för att marknadsföras som kampanjerbjudanden.

Empirin visar att Ryanair använder sig av priselasticitetshävstången vid prissättning av biljetter på de undersökta flygsträckorna. Tydligast visas detta i en jämförelse mellan flygsträckorna Stockholm Skavsta – Oslo Rygge och Stockholm Skavsta – London Stansted (se figur 5.1 och 5.2). Bortses de prisförändringar som skedde 17:e och 18:e mars 2010 på flygningarna till Oslo så är den flygsträckans priser väldigt trögrörliga med väldigt få upp- och nedgångar. Priselasticiteten på den berörda sträckan är därför väldigt låg. Detta kan jämföras med prissättningen av biljetter på avgångarna till London Stansted där priset sällan håller sig på en och samma nivå två observationsdagar i sträck på någon av de undersökta avgångarna. De väldigt snabbrörliga priserna visar på en väldigt hög priselasticitet. Det är viktigt att klargöra att ett lågt pris automatiskt inte leder till en låg priselasticitet eller vice versa.

På den tredje flygsträckan, Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi, visar empirin på skillnader i hur Ryanair använder sig av priselasticitetshävstången beroende på flightens avgångsdag. Avgångar på fredagar eller söndagar tenderar att ha rörligare priser och har därför en högre priselasticitet. Resterande veckodagars avgångar har mer trögrörliga priser och priselasticiteten är därför lägre.

Empirin visar på att Ryanair använder sig av två typer av prisstrategier: värdebaserad prissättning och situationsprissättning. Att använda sig av kapacitetsprissättning skulle vara oerhört svårt för Ryanair då de har en begränsad kapacitet de kan sälja av varje vara, m.a.o. varje unik flygning. En viktig del av kapacitetsprissättningen är förhandlingsläget mellan konsument och företag. Detta uppstår aldrig i försäljningen av Ryanairs biljetter då försäljningen sker uteslutande på Internet där priserna hela tiden finns tillgängliga. Ett möjligt sätt att se på det som sätt som Ryanair hela tiden tillgängliggör sina priser är att antalet sålda biljetter blir resenärens svar i en förhandling. Vid få sålda biljetter så har resenären svarat i förhandlingen om att priset är för dyrt och Ryanair kan då antingen välja att sänka priset eller ha kvar priset och eventuellt bli utan intäkter. Faktum kvarstår dock att Ryanair har svårt att tillämpa kapacitetsprissättningen av den anledningen att kapaciteten är begränsad till antalet flygstolar på varje flight.

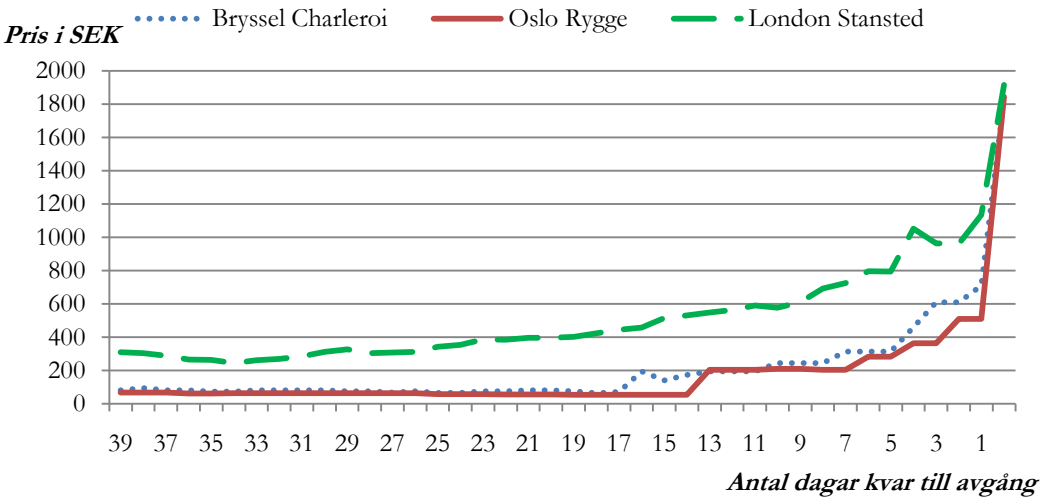
Empirin visar även att Ryanair inte använder sig av stabilitetsprissättning då målet med den strategin är att generera stabila priser och marknadstrovärdighet. Även om det på sträckan Oslo

Rygge kan upplevas som stabilitet vad gäller priser så visar bland annat den oerhörda ökningen av priset på avgångsdagen att så inte är fallet.

Med dimensionen prisdiskriminering försöker Ryanair istället komma åt så mycket av resenärernas betalningsvilja som möjligt och priserna är väldigt flexibla vilket syns främst på flygningarna till London Stansted. Detta visar att den värdebaserade prissättningen är en viktig delstrategi när Ryanair väljer prisstrategi. Det stora fokus ligger inte i kostanden utan i att, via prissättningen, försöka diskriminera resenärerna beroende på när de väljer att köpa sina biljetter. Samtidigt används också situationsprissättning av den anledningen att Ryanair just justerar sitt pris väldigt snabbt i de situationer som de tror att kommersiella möjligheter kan uppstå.

6 Slutsats

Det finns både likheter och skillnader i hur Ryanair prissätter sina flygbiljetter beroende på flygsträcka. Det går att konstatera att det alla avgångar har gemensamt, oavsett resmål, är att de är som dyrast sista dagarna före avgång. Det Ryanair då generaliserar är att alla resenärer har en sak gemensamt och det är att ifall de måste köpa en flygbiljett på avgångsdagen så är deras betalningsvilja betydligt högre än hos de resenärer som köper sina biljetter några veckor eller veckan före avgång. Den negativa korrelationen visar också på att ju närmare avgång desto högre pris, vilket också snittpriset på varje flight visar (se figur 6.1).



Figur 6.1: Snittpris de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på de tre undersökta flygsträckorna med avgång från Stockholm Skavsta till Bryssel Charleroi, London Stansted samt Oslo Rygge

Det går också att konstatera skillnader mellan flygsträckor beroende på hur pass många avgångar i veckan de har. Ryanairs populäraste flygsträcka, Stockholm Skavsta – London Stansted, präglas av en prissättning med hög priselasticitet där priset skiftar väldigt snabbt och innan den sista veckan före avgång är det svårt att förutspå åt vilken riktning och med hur mycket priset kan komma att röra sig från dag till dag utifrån den undersökta empirin. Prisnivåskillnaderna mellan olika veckodagars avgångar är också påtagliga på den populäraste flygsträckan. Det minst populäraste resmålet med 7 antal avgångar i veckan, Stockholm Skavsta – Oslo Rygge, prissätts efter ett mönster som är väldigt lätt att förutspå. Med ett visst antal dagar kvar till avgång höjs priset med en viss procent på alla avgångar. Detta sker ett antal gånger under observationstiden och gör det lätt för resenärer, med kunskap om detta, att köpa sin biljett den dag då det är som billigast. Priset är heller inte i närheten av att vara lika dynamiskt som i det populäraste resmålet till London Stansted och Ryanair betraktar därför priset som mindre elastiskt.

Flygsträckan Stockholm Skavsta - Bryssel Charleroi skiljer sig gentemot de två andra flygsträckorna på så sätt att vissa veckodagars avgångar har ett mer elastiskt pris än andra. De mindre priselastiska avgångarna har också ett lägre pris för sina biljetter.

7 Diskussion

Inledningsvis kan det vara viktigt att belysa att denna studie utgått från att det är efterfrågan som styr hur Ryanair prissätter sina flygbiljetter. Orsaken till detta, förutom empirins begränsning till att endast omfatta insamlade prisuppgifter, är att det som främst studeras är prisförändringar och inte prisnivåer. En möjlig tanke är annars att exempelvis bensinkostnader, miljöskatter, personalomkostnader och andra avgifter är högre ju längre flygresan är. Prisskillnaderna mellan resor till London och resor till Oslo har därför med all sannolikhet fler förklaringar än att det är en högre efterfrågan på resor till Storbritanniens huvudstad. En annan möjlig orsak till de lägre priserna på flygningar till Oslo jämfört med de två andra resmålen är den större mängden konkurrerande färdmedel (substitutvaror) till resmålet, däribland buss och tåg. Även denna aspekt har uteslutits ur studien då deras eventuella påverkan omöjligt skulle kunna analyseras med studiens nuvarande empiri och utformande.

Studiens resultat bekräftar Anjos, Chengs och Curries teori om att lågprisflygbiljetter håller sig på en ganska stabil nivå fram till att det återstår ungefär 20 dagar kvar till avresa då priset stiger fram till avgångsdagen då det är som högst. Det anmärkningsvärda i studien, och som inte diskuteras av Anjos, Cheng och Currie, är den markanta prisökning som skedde på just avgångsdagen som på vissa avgångar kunde öka med över 300%. Detta är något som totalt motsäger Anderson och Wilsons teori om att biljettpriset går i cykler och att flygbiljetterna är som dyrast några dagar före avresa för att sedan sjunka i pris. Ryanairs prissättning av flygbiljetter på de tre undersökta flygsträckorna följer konsekvent samma mönster där en prisökning på minst 44,06% sker på avgångsdagen. Denna typ av prisdiskriminering som sker sista timmarna före avgång är oerhört intressant eftersom Ryanairs biljettpriser når en nivå som få skulle förknippa med ett lågprisflygbolag. Förklaringen till detta skulle kunna vara det som diskuteras av Piga och Bachis om att flygbolagens ambition med de dynamiska priserna är att skapa en osäkerhet för resenärerna kring när det är som billigast att köpa sin biljett. Detta förklarar dock inte den stora prisökning som sker på avgångsdagen och det faktum att prishöjningen sker systematisk vid samma tidpunkt på alla avgångar och är därför lätt att förutspå. En möjlig orsak kan istället vara att Ryanair använder sig av dessa höga avgångsdagspriser som en psykologisk jämförelsevariabel för konsumenterna. Beteendeekonomen Dan Ariely diskuterar det faktum att de flesta människor grundar sina antaganden baserat på jämförelser.[64] Vad som anses billigt beror på vad det jämförs med. Med ett sådant resonemang kan en resenär uppfatta ett biljettpris på 600 kronor som billigt

[64] Ariely, *Predictably Irrational*, Harper, London, 2009, s. 1-21

om de vet att det kan komma att stiga till 1270,90 kronor några dagar senare. Om dem däremot vet att priset inte kommer överstiga 610 kronor kan 600 kronor istället uppfattas som dyrt trots att priset för biljetten är detsamma. Ytterligare en orsak till denna stora prisökning på avgångsdagen kan, som det inledningsvis nämndes i diskussionen, vara eventuella kostnadsökningar för flygbolaget. Att addera ytterligare passagerare några timmar avgång kan möjligen skapa dyrare upphandlingskostnader för ökad personalstyrka eller en merkostnad för bränsle.

Piga och Bachis teori bör kanske inte användas som en förklaring på de stigande avgångsdagspriserna, utan möjligtvis på Ryanairs hela prissättningsstrategi på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted. De väldigt dynamiska priserna kanske inte är en effekt av låg priselasticitet som studien påvisat utan möjligen ett försök av Ryanair att göra det svårt för resenärerna att förutspå åt vilken riktning priset kommer röra sig. Om så vore fallet borde detta dock återspegla alla Ryanairs avgångar, vilket inte är fallet. På flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge är prissättningsstrategin väldigt lätt att förutspå där prishöjningar och prissänkningar följer ett mönster som av resenärerna kan utnyttjas för att köpa så billiga biljetter som möjligt.

Vidare är det intressant att se på skillnaderna i hur Ryanair väljer att sätta sina priser beroende på vilken flygsträcka det handlar om. De olikheter som påvisas mellan helgavgångarna och resten av veckodagarna på flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi indikerar på att populariteten avgör hur pass dynamisk och oförutsägbar en prissättning kommer vara. Något som också bekräftas av jämförelsen mellan prisstrategierna på avgångarna med slutdestination London Stansted och Oslo Rygge. Att föra en sådan argumentation vidare skulle dock kräva tillgång till den faktiska efterfrågan och antalet sålda biljetter under observationstiden. En information Ryanair förmodligen är ganska ovillig att dela med sig av.

Under insamlandet av empirin har det även varit intressant att följa hur Ryanair, med hjälp av olika metoder, marknadsför vissa av sina prisförändringar. Ett förekommande knep, som även tidigare nämnts i studien, är att flygbolaget en dag höjer priset på en biljett för att dagen därpå sänka det till en nivå som är högre än priset två dagar tidigare. Detta marknadsförs sedan på Ryanairs hemsida som en prissänkning. Under vissa observationstillfällen har Ryanair även haft en förmåga att på en del avgångar proklamera att de bjuder på skatter eller internetincheckningsavgift. Detta trots att priset för en biljett är detsamma som dagen innan då dessa avgifter hade ett tydligt pris. Dessa iakttagelser är inget som omfattas av studien utan skall endast ses som en av författaren personlig reflektion.

7.1 Studiens bidrag

Tanken med denna studie har varit att försöka se marknadsföring ur ett nytt perspektiv. Prissättningsstrategier diskuteras ofta väldigt hastigt i marknadsföringslitteratur och behandlar då ofta kort kopplingen mellan nivån på ett pris och såld kvantitet. Denna koppling är självklart oerhört viktig då de flesta företag strävar efter att sälja så många enheter av en produkt eller tjänst till ett så högt pris som möjligt för att skapa så stora intäkter som möjligt. I denna studie har dock tanken istället varit att via kvantitativ empiri se hur själva priset används som ett strategiskt medel för att försöka sälja varje tjänst till ett så högt pris som möjligt. Studiens bidrag är därför att visa på hur pris i sig kan användas för att påverka konsumenter till att köpa en produkt eller tjänst och detta till ett så högt pris som möjligt. Detta är en oerhört viktigt kunskap på marknader som präglas av homogena produkter eller tjänster som endast kan säljas fram till ett visst datum innan de blir obrukbara och då också osäljbara.

7.2 Förslag till framtida forskning

Att studera prisstrategier utan att ha tillgång till antal sålda enheter begränsar den fullständiga förståelsen kring hur ett lågprisflygbolag använder sig av prisstrategier för att öka sina intäkter. Ett förslag till fortsatt forskning är därför att replikera denna studie men då även ha med hur prisförändringarna påverkar antalet sålda biljetter. En förutsättning för ett sådant upplägg är dock att det analyserade företaget delar med sig av den informationen.

En annan intressant fortsättning på denna studie vore att analysera prisstrategier ur ett mer beteendeekonomiskt perspektiv där fokus ligger mer på konsumenterna och hur dessa uppfattar priset vid olika prisförändringar och kampanjer. En sådan kvalitativ studie kan mycket väl utgå från de teorier som presenteras av ekonomen Dan Ariely i boken Predictably Irrational.[65]

[65] Ariely, *Predictably Irrational*, Harper, London, 2009

8 Referenser

Litterära verk och forskningsartiklar

Anderson & Wilson, Wait or buy? The strategic consumer: Pricing and profit implications, *Journal of the Operational Research Society*, vol. 54, no. 3, 2003, s. 299-306

Anjos, Cheng & Currie, Maximizing revenue in the airline industry under one-way pricing, *Journal of the Operational Research Society*, Vol. 55, no. 5, 2004, s. 535-541

Ariely, *Predictably Irrational*, Harper, London, 2009

Bagozzi, *Principles of Marketing Management*, Macmillian Publishing Company, 1986

Bedau, Joshi & Parker, A Prisoner's Dilemma Game Causes Technical Trading, *Computing in Economics and Finance*, no. 342, 1999

Besanko, Dranov, Shanley & Shaefer, *Economics of Strategy*, 5:e upplagan, John Wiley & Sons, 2010

Clemons, Hann & Hitt, Price Dispersion and Differentiation in Online Travel: An Empirical Investigation*, Management Science*, Vol. 48, no. 4, 2002, s. 534-549

Hallberg, *Pricing Capability and Its Strategic Dimensions*, Lund Business Press, Lund, 2008

Johannessen & Tufte, *Introduktion till Samhällsvetenskaplig metod*, Abstrakt förlag, Malmö, 2003

Piga & Bachis, *Pricing strategies by European traditional and low cost airlines. Or, when is it the best time to book on line?*, Department of Economics - Loughborough University, Discussion Paper Series 2006_14, 2006

Ross, Jaffe & Westerfield, *Modern Financial Management*, 8:e upplagan., McGraw-Hill, Singapore, 2009

Ruane, *A och O i samhällsvetenskaplig forskning*, Studentlitteratur, Lund, 2006

Simon & Butscher, Individualised Pricing: Boosting Profitability with the Higher Art of Power Pricing, *European Management Journal*, Vol. 19, no. 2, 2001, s. 109–114

Tung, Capella & Tat, Service pricing: a multi-step synthetic approach, *Journal of Services Marketing,* Vol. 11, no. 1, 1997, s. 53-56

Elektroniska källor

Funding Universe
http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Ryanair-Holdings-plc-Company-History.html (2010-05-21)

Konkurrensverket
http://www.konkurrensverket.se/t/NewsPage____1161.aspx (2010-03-05)

Luftfartsverket
http://www.lfv.se/sv/LFV/Bransch/Allmant-om-flygbranschen (2010-03-04)

Nationalencyklopedin
http://www.ne.se/hermeneutik (2010-05-27)
http://www.ne.se/positivism (2010-05-27)

Riley, Eton College
http://tutor2u.net/economics/revision-notes/a2-micro-price-discrimination.html (2010-05-01)

Ryanair
http://www.ryanair.com/se (2010-04-26)
http://www.ryanair.com/se/about (2010-03-08)

Sveriges Riksbank
http://www.riksbank.se/templates/stat.aspx?id=16748 (2010-06-17)

Swedavia
http://www.swedavia.se/sv/Swedavia/Bransch/Allmant-om-flygbranschen/ (2010-05-21)

Sydsvenskan
http://www.sydsvenskan.se/varlden/vulkan/article727916/Askmolnet-kvar---ode-luftrum-i-Europa.html (2010-05-07)

Wizzair
http://www.wizzair.aero (2010-05-21)

Otryckta källor

Kansmark, Lindén & Svensson, *Strategisk Prissättning i Tjänsteföretag - En Fallstudie av SJ*, Lunds Universitet, Lund, 2008

Bilaga 1 – Tillvägagångssätt vid insamling av Empiri

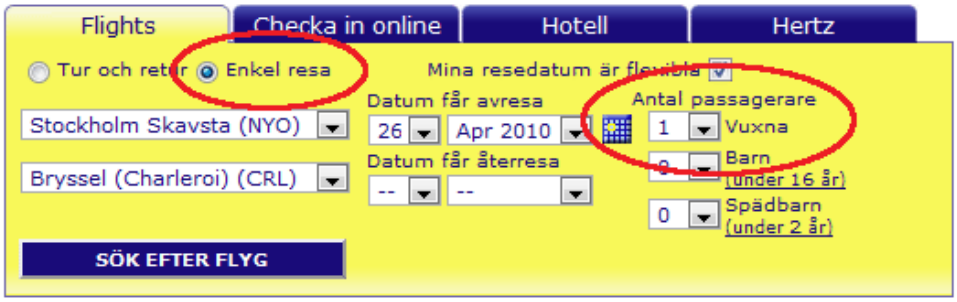


Bild B1.1: Val vid sökning efter flygavgångar via Ryanairs hemsida

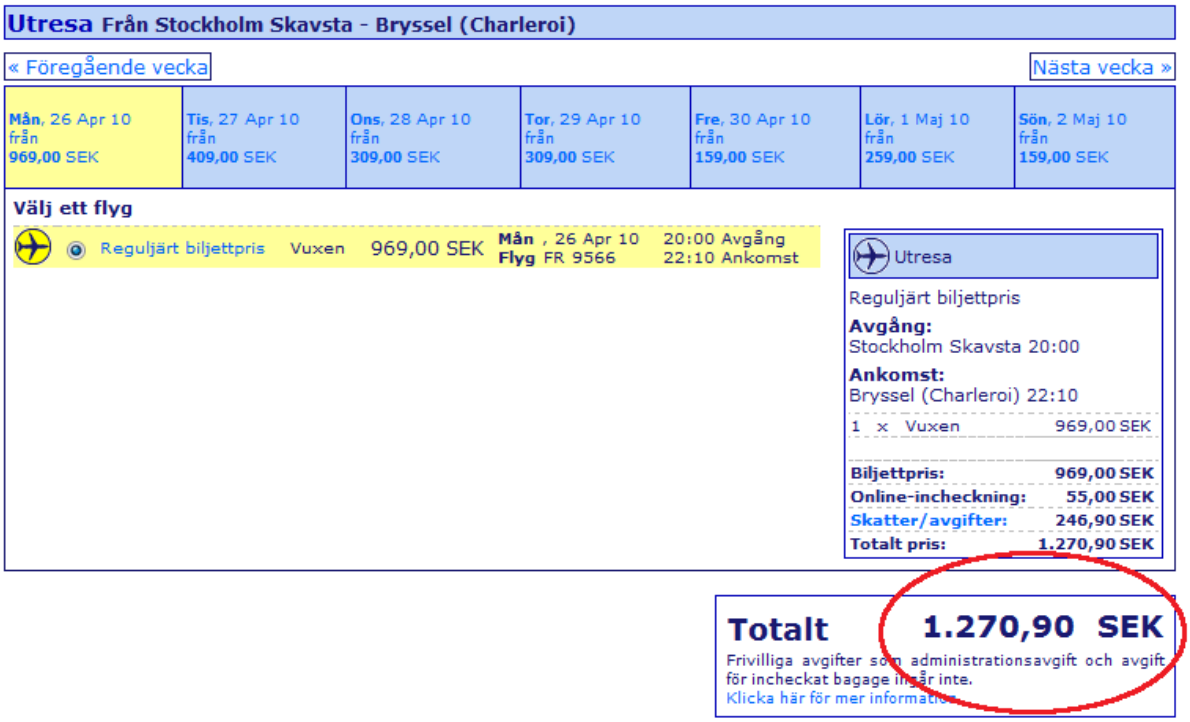


Bild B1.2: Totalsumman som lästes av och skrevs ner i Excel-arket

Bilaga 2 – Empiri - underlag

Priserna är angivna i svenska kronor (SEK). ASKA = Inga prisuppgifter fanns att tillgå på grund av askmoln orsakat av vulkanen Eyjafjallajökull på Island.[66] FULLT = Inga prisuppgifter tillgängliga på grund av brist på lediga biljetter.

Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi

Bryssel Vecka 16	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 9564 (07:15)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Söndag, 18 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)
2010-03-04	**61,64**	**61,64**	**61,64**	**121,75**	**61,64**	**61,64**	**61,64**
2010-03-05	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**
2010-03-06	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**144**
2010-03-07	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**144**
2010-03-08	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**109**	**194**
2010-03-09	**55**	**55**	**55**	**144**	**144**	**55**	**194**
2010-03-10	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**194**
2010-03-11	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-12	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-13	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-14	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-15	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-16	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-17	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**
2010-03-18	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-19	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**121,75**	**65,4**	**121,75**
2010-03-20	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**121,75**	**65,4**	**121,75**
2010-03-21	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**121,75**	**65,4**	**121,75**
2010-03-22	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**121,75**	**65,4**	**166,2**
2010-03-23	**68**	**68**	**68**	**68**	**194**	**68**	**194**
2010-03-24	**68**	**68**	**68**	**68**	**121,75**	**68**	**121,75**
2010-03-25	**68**	**68**	**68**	**68**	**121,75**	**68**	**121,75**
2010-03-26	**55**	**55**	**55**	**55**	**121,75**	**55**	**121,75**
2010-03-27	**194**	**55**	**55**	**55**	**121,75**	**121,75**	**166,2**
2010-03-28	**194**	**194**	**55**	**55**	**121,75**	**121,75**	**215,65**
2010-03-29	**194**	**194**	**194**	**194**	**121,75**	**82**	**215,65**
2010-03-30	**194**	**194**	**82**	**82**	**194**	**82**	**225,1**
2010-03-31	**194**	**194**	**82**	**82**	**194**	**82**	**225,1**
2010-04-01	**194**	**194**	**194**	**82**	**194**	**194**	**225,1**

[66] Sydsvenskan, http://www.sydsvenskan.se/varlden/vulkan/article727916/Askmolnet-kvar---ode-luftrum-i-Europa.html, 2010-05-07, 14:29

2010-04-02	**244**	**194**	**194**	**194**	**173,15**	**173,15**	**225,1**
2010-04-03	**244**	**244**	**194**	**194**	**244**	**173,15**	**288,1**
2010-04-04	**244**	**244**	**244**	**194**	**314**	**194**	**288,1**
2010-04-05	**314**	**244**	**244**	**244**	**314**	**244**	**314**
2010-04-06	**314**	**314**	**244**	**244**	**461,04**	**244**	**314**
2010-04-07	**314**	**314**	**314**	**244**	**611,17**	**244**	**461,17**
2010-04-08	**461,17**	**314**	**314**	**314**	**244**	**244**	**244**
2010-04-09	**611,17**	**461,17**	**314**	**314**	**314**	**244**	**244**
2010-04-10	**611,17**	**611,17**	**461,17**	**314**	**314**	**314**	**244**
2010-04-11	**717,17**	**611,17**	**611,17**	**461,17**	**314**	**314**	**314**
2010-04-12	**1831,17**	**711,17**	**611,17**	**611,17**	**461,17**	**314**	**611,17**
2010-04-13		**1830,95**	**710,95**	**610,95**	**610,95**	**460,95**	**710,95**
2010-04-14			**1830,95**	**710,95**	**610,95**	**610,95**	**710,95**
2010-04-15				**1830,95**	**710,95**	**610,95**	**860,95**
2010-04-16					**1830,95**	**ASKA**	**ASKA**
2010-04-17						**ASKA**	**ASKA**
2010-04-18							**ASKA**
2010-04-19							
2010-04-20							
2010-04-21							
2010-04-22							
2010-04-23							
2010-04-24							
2010-04-25							

Bryssel Vecka 17	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 9564 (07:15)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tordag, 22 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)
2010-03-04	**61,64**	**61,64**	**61,64**	**61,64**	**121,75**	**61,64**	**166,2**
2010-03-05	**109**	**109**	**109**	**109**	**144**	**109**	**194**
2010-03-06	**109**	**109**	**109**	**109**	**144**	**109**	**194**
2010-03-07	**109**	**109**	**109**	**109**	**194**	**109**	**194**
2010-03-08	**109**	**109**	**109**	**109**	**194**	**109**	**194**
2010-03-09	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**194**
2010-03-10	**55**	**55**	**55**	**55**	**244**	**55**	**194**
2010-03-11	**55**	**55**	**55**	**55**	**194**	**55**	**55**
2010-03-12	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-13	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-14	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-15	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**
2010-03-16	**82**	**82**	**82**	**82**	**194**	**82**	**82**
2010-03-17	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**

2010-03-18	64,5	64,5	64,5	64,5	166,2	64,5	64,5
2010-03-19	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-20	64,5	64,5	64,5	64,5	166,2	64,5	64,5
2010-03-21	64,5	64,5	64,5	64,5	215,65	64,5	64,5
2010-03-22	64,5	64,5	64,5	64,5	215,65	64,5	64,5
2010-03-23	68	68	68	68	244	68	144
2010-03-24	121,75	68	68	68	215,65	68	121,75
2010-03-25	68	68	68	68	215,65	68	121,75
2010-03-26	55	55	55	55	215,65	55	121,75
2010-03-27	55	55	55	55	215,65	55	121,75
2010-03-28	55	55	55	55	215,65	55	121,75
2010-03-29	82	82	82	82	215,65	82	121,75
2010-03-30	82	82	82	82	288,1	82	126,2
2010-03-31	82	82	82	82	288,1	82	126,2
2010-04-01	82	82	82	82	288,1	82	126,2
2010-04-02	60,75	60,75	60,75	60,75	288,1	60,75	126,2
2010-04-03	60,75	60,75	60,75	60,75	288,1	60,75	126,2
2010-04-04	60,75	60,75	60,75	60,75	288,1	60,75	126,2
2010-04-05	60,75	60,75	60,75	60,75	288,1	60,75	126,2
2010-04-06	194	60,75	60,75	60,75	288,1	60,75	126,2
2010-04-07	194	194	109	109	314	109	144
2010-04-08	194	194	194	109	109	109	109
2010-04-09	244	194	194	194	194	194	194
2010-04-10	244	244	194	194	194	194	194
2010-04-11	244	244	244	194	194	194	194
2010-04-12	314	244	244	244	194	194	194
2010-04-13	314	314	244	244	244	194	194
2010-04-14	314	314	314	244	244	244	194
2010-04-15	460,95	314	314	314	244	244	244
2010-04-16	ASKA	460,95	314	314	314	244	244
2010-04-17	1020,95	610,95	460,95	314	314	314	244
2010-04-18	ASKA	610,95	610,95	460,95	314	314	314
2010-04-19	1830,95	710,95	610,95	610,95	460,95	314	460,95
2010-04-20		ASKA	ASKA	610,95	610,95	460,95	460,95
2010-04-21			ASKA	ASKA	610,95	610,95	460,95
2010-04-22				1270,9	1270,9	610,95	610,95
2010-04-23					1830,9	710,9	610,9
2010-04-24						1830,9	710,9
2010-04-25							1270,9

Stockholm Skavsta – London Stansted

London Vecka 16	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 53 (09.40)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Söndag 18 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)
2010-03-04	**275,15**	**198,2**	**275,15**	**517,25**	**785,7**	**275,15**	**275,15**
2010-03-05	**314**	**234**	**314**	**541,15**	**811,15**	**404**	**404**
2010-03-06	**314**	**234**	**314**	**541,15**	**811,15**	**404**	**404**
2010-03-07	**314**	**234**	**314**	**661,15**	**811,15**	**404**	**404**
2010-03-08	**314**	**234**	**314**	**661,15**	**811,15**	**404**	**404**
2010-03-09	**154**	**154**	**314**	**661,1**	**811,1**	**314**	**314**
2010-03-10	**154**	**154**	**234**	**541,1**	**541,1**	**234**	**234**
2010-03-11	**154**	**234**	**314**	**541,1**	**541,1**	**234**	**234**
2010-03-12	**154**	**234**	**234**	**234**	**314**	**154**	**234**
2010-03-13	**154**	**234**	**234**	**314**	**314**	**154**	**234**
2010-03-14	**154**	**234**	**234**	**314**	**404**	**234**	**234**
2010-03-15	**154**	**234**	**234**	**314**	**404**	**234**	**234**
2010-03-16	**154**	**234**	**234**	**314**	**404**	**234**	**234**
2010-03-17	**154**	**154**	**154**	**234**	**404**	**314**	**234**
2010-03-18	**129,25**	**129,25**	**129,25**	**198,2**	**517,27**	**275,15**	**198,2**
2010-03-19	**129,25**	**129,25**	**129,25**	**198,2**	**517,27**	**369,1**	**198,2**
2010-03-20	**129,25**	**129,25**	**198,2**	**198,2**	**517,27**	**369,1**	**275,15**
2010-03-21	**129,25**	**198,2**	**198,2**	**275,15**	**517,27**	**369,1**	**275,15**
2010-03-22	**129,25**	**198,2**	**275,15**	**369,1**	**517,27**	**369,1**	**275,15**
2010-03-23	**154**	**234**	**314**	**404**	**540,84**	**540,84**	**404**
2010-03-24	**144,1**	**216,1**	**288,1**	**216,1**	**516,94**	**516,94**	**369,1**
2010-03-25	**144,1**	**216,1**	**288,1**	**386,55**	**624,94**	**624,94**	**369,1**
2010-03-26	**144,1**	**216,1**	**288,1**	**288,1**	**516,94**	**624,94**	**369,1**
2010-03-27	**198,2**	**216,1**	**288,1**	**386,55**	**516,94**	**624,94**	**369,1**
2010-03-28	**234**	**404**	**288,1**	**386,55**	**516,94**	**624,94**	**369,1**
2010-03-29	**234**	**404**	**314**	**404**	**625,14**	**625,14**	**369,1**
2010-03-30	**234**	**541,04**	**404**	**404**	**811,04**	**625,14**	**369,1**
2010-03-31	**234**	**541,04**	**404**	**541,04**	**811,04**	**661,04**	**517,14**
2010-04-01	**234**	**541,04**	**404**	**541,04**	**811,04**	**661,04**	**517,14**
2010-04-02	**314**	**541,04**	**404**	**541,04**	**785,59**	**625,14**	**517,14**
2010-04-03	**314**	**541,04**	**404**	**541,04**	**811,04**	**625,14**	**517,14**
2010-04-04	**314**	**541,04**	**404**	**541,04**	**811,04**	**661,04**	**517,14**
2010-04-05	**404**	**541,04**	**541,04**	**541,04**	**811,04**	**811,04**	**541,04**
2010-04-06	**404**	**661,04**	**541,04**	**541,04**	**1021,04**	**811,04**	**541,04**
2010-04-07	**404**	**811,17**	**541,17**	**661,17**	**661,17**	**541,17**	**541,17**
2010-04-08	**541,17**	**541,17**	**404**	**661,17**	**661,17**	**661,17**	**541,17**
2010-04-09	**661,17**	**811,17**	**541,17**	**811,17**	**811,17**	**811,17**	**541,17**
2010-04-10	**785,59**	**811,17**	**541,17**	**811,17**	**811,17**	**811,17**	**541,17**
2010-04-11	**811,17**	**1021,17**	**661,17**	**811,17**	**811,17**	**811,17**	**661,17**

2010-04-12	**2131,17**	**1021,17**	**811,17**	**811,17**	**811,17**	**811,17**	**1021,17**
2010-04-13		**2130,95**	**810,95**	**1020,95**	**810,95**	**810,95**	**1020,95**
2010-04-14			**2130,95**	**1420,95**	**1020,95**	**1020,95**	**1020,95**
2010-04-15				**2130,95**	**810,95**	**810,95**	**810,95**
2010-04-16					**2130,95**	**ASKA**	**ASKA**
2010-04-17						**ASKA**	**ASKA**
2010-04-18							**ASKA**
2010-04-19							
2010-04-20							
2010-04-21							
2010-04-22							
2010-04-23							
2010-04-24							
2010-04-25							

London Vecka 17	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Torsdag, 22 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)
2010-03-04	**198,2**	**129,25**	**198,2**	**369,1**	**785,7**	**129,25**	**198,2**
2010-03-05	**234**	**154**	**234**	**404**	**811,15**	**314**	**234**
2010-03-06	**234**	**154**	**234**	**404**	**811,15**	**314**	**234**
2010-03-07	**234**	**154**	**234**	**404**	**811,15**	**314**	**234**
2010-03-08	**234**	**154**	**314**	**404**	**811,15**	**404**	**234**
2010-03-09	**234**	**154**	**314**	**314**	**811,1**	**404**	**234**
2010-03-10	**234**	**154**	**154**	**234**	**661,1**	**404**	**234**
2010-03-11	**234**	**154**	**234**	**234**	**661,1**	**404**	**234**
2010-03-12	**154**	**154**	**154**	**154**	**314**	**234**	**154**
2010-03-13	**154**	**154**	**154**	**154**	**314**	**234**	**154**
2010-03-14	**154**	**154**	**154**	**154**	**404**	**234**	**154**
2010-03-15	**154**	**154**	**154**	**154**	**404**	**234**	**154**
2010-03-16	**234**	**154**	**154**	**234**	**404**	**234**	**154**
2010-03-17	**234**	**129**	**154**	**154**	**404**	**314**	**154**
2010-03-18	**198,2**	**64,5**	**129,25**	**275,15**	**369,1**	**275,15**	**129,25**
2010-03-19	**198,2**	**129,25**	**129,25**	**275,15**	**625,27**	**275,15**	**129,25**
2010-03-20	**198,2**	**129,25**	**129,25**	**275,15**	**625,27**	**275,15**	**129,25**
2010-03-21	**198,2**	**129,25**	**129,25**	**369,1**	**625,27**	**275,15**	**129,25**
2010-03-22	**198,2**	**129,25**	**198,2**	**369,1**	**625,27**	**369,1**	**129,25**
2010-03-23	**314**	**154**	**234**	**404**	**810,84**	**404**	**154**
2010-03-24	**275,15**	**129,25**	**198,2**	**516,94**	**984,89**	**369,1**	**129,25**
2010-03-25	**275,15**	**129,25**	**198,2**	**516,94**	**984,89**	**516,94**	**129,25**
2010-03-26	**198,2**	**129,25**	**198,2**	**516,94**	**785,39**	**369,1**	**129,25**
2010-03-27	**198,2**	**129,25**	**275,15**	**516,94**	**785,39**	**369,1**	**129,25**

2010-03-28	198,2	129,25	275,15	516,94	785,39	369,1	129,25
2010-03-29	275,15	129,25	275,15	517,14	785,59	369,1	198,2
2010-03-30	288,1	134,2	288,1	517,14	785,59	369,1	207,15
2010-03-31	288,1	134,2	288,1	517,14	985,09	517,14	288,1
2010-04-01	288,1	134,2	288,1	517,14	985,09	517,14	288,1
2010-04-02	288,1	134,2	288,1	517,14	985,09	517,14	288,1
2010-04-03	369,1	207,15	288,1	517,14	985,09	517,14	288,1
2010-04-04	369,1	207,15	288,1	517,14	985,09	517,14	288,1
2010-04-05	369,1	207,15	288,1	625,14	985,09	517,14	369,1
2010-04-06	541,04	207,15	288,1	625,14	985,09	517,14	369,1
2010-04-07	404	234	404	661,17	811,17	404	404
2010-04-08	404	314	404	661,17	811,17	404	404
2010-04-09	404	314	404	1021,17	811,17	811,17	404
2010-04-10	404	314	541,17	1021,17	811,17	811,17	541,17
2010-04-11	541,17	314	541,17	1021,17	1021,17	541,17	541,17
2010-04-12	541,17	314	661,17	1021,17	1021,17	541,17	404
2010-04-13	404	404	660,95	1020,95	810,95	540,95	314
2010-04-14	540,95	404	810,95	1220,95	1020,95	540,95	540,95
2010-04-15	540,95	404	810,95	1020,95	1020,95	660,95	540,95
2010-04-16	ASKA	2130,95	1220,95	1220,95	1220,95	1220,95	660,95
2010-04-17	ASKA	660,95	1420,95	1220,95	1420,95	810,95	660,95
2010-04-18	ASKA	ASKA	2130,95	2130,95	1220,95	1020,95	810,95
2010-04-19	2130,95	810,95	ASKA	ASKA	ASKA	ASKA	ASKA
2010-04-20		ASKA	ASKA	ASKA	ASKA	ASKA	ASKA
2010-04-21			ASKA	ASKA	ASKA	ASKA	ASKA
2010-04-22				1270,9	1270,9	1270,9	1270,9
2010-04-23					FULLT	2130,9	FULLT
2010-04-24						1270,9	FULLT
2010-04-25							FULLT

Stockholm Skavsta – Oslo Rygge

Oslo **Vecka 16**	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Söndag, 18 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)
2010-03-04	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45
2010-03-05	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45
2010-03-06	55	55	55	154	55	55	55
2010-03-07	55	55	55	154	55	55	55
2010-03-08	55	55	55	154	55	55	55
2010-03-09	55	55	55	154	55	55	55

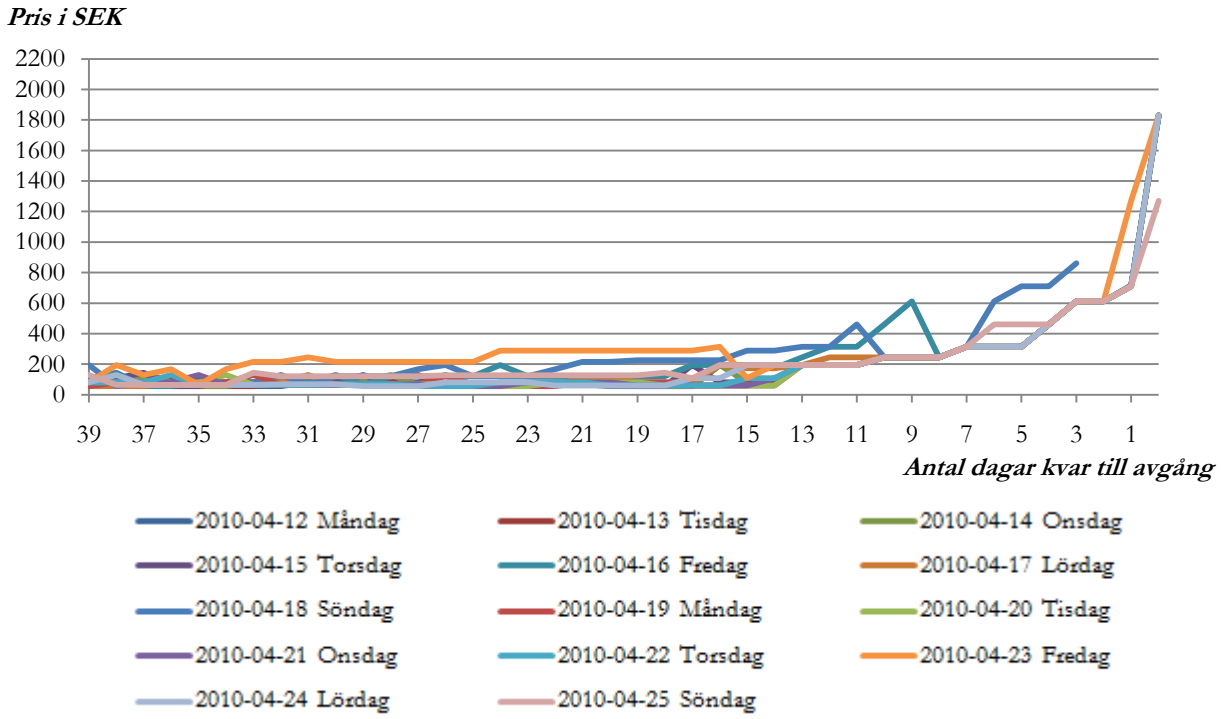
2010-03-10	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-11	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-12	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-13	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-14	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-15	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-16	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-17	129	129	129	129	129	129	129
2010-03-18	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-19	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-20	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-21	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-22	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5	64,5
2010-03-23	68	68	68	68	68	68	68
2010-03-24	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-25	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-26	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-27	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-28	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-29	55	55	55	55	55	55	55
2010-03-30	204	55	55	55	55	55	55
2010-03-31	204	204	55	55	55	55	55
2010-04-01	204	204	204	55	55	55	55
2010-04-02	204	204	204	204	54,45	54,45	54,45
2010-04-03	204	204	204	204	204	54,45	54,45
2010-04-04	204	204	204	204	204	204	54,45
2010-04-05	204	204	204	204	204	204	204
2010-04-06	284	204	204	204	284	204	204
2010-04-07	284	284	204	204	284	204	204
2010-04-08	364	284	284	204	204	204	204
2010-04-09	364	364	284	284	204	204	204
2010-04-10	511,17	364	364	284	284	204	204
2010-04-11	511,17	511,17	364	364	284	284	204
2010-04-12	2130,95	511,17	511,17	364	364	284	284
2010-04-13		2130,95	510,95	510,95	364	364	284
2010-04-14			2130,95	510,95	510,95	364	364
2010-04-15				2130,95	510,95	510,95	364
2010-04-16					2130,95	ASKA	ASKA
2010-04-17						ASKA	ASKA
2010-04-18							ASKA
2010-04-19							
2010-04-20							
2010-04-21							
2010-04-22							

2010-04-23							
2010-04-24							
2010-04-25							

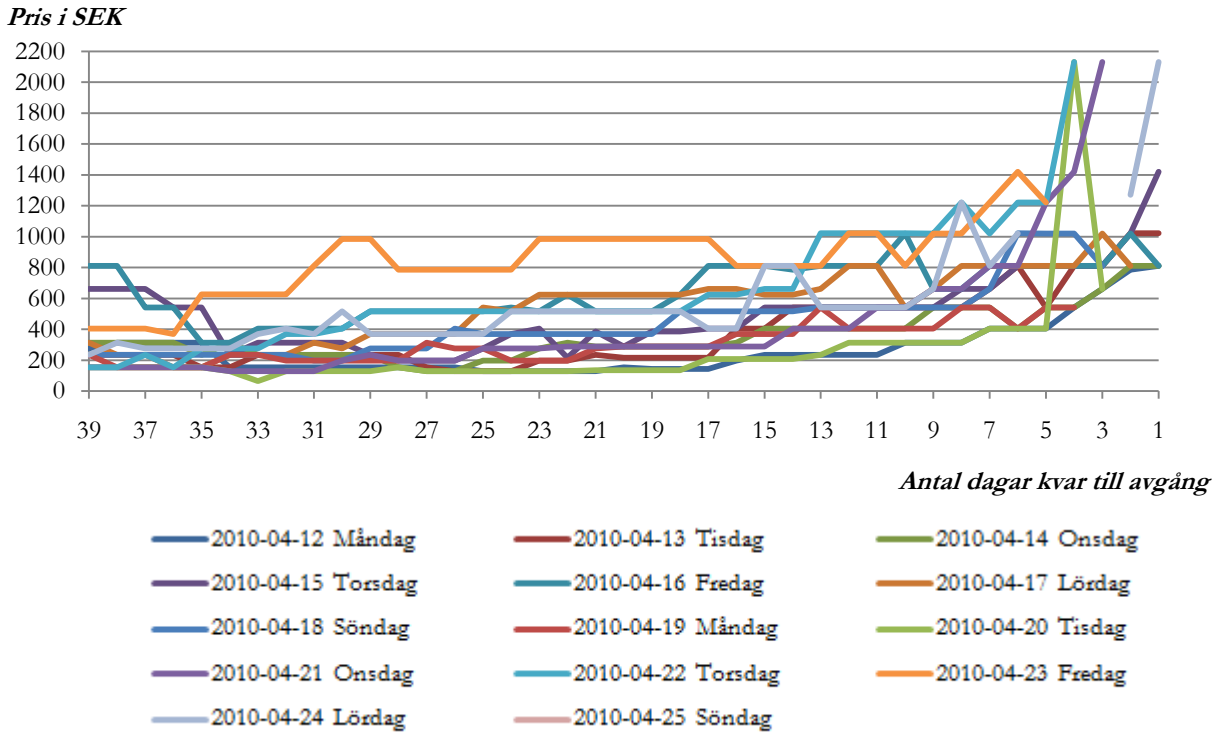
Oslo **Vecka 17**	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Torsdag, 22 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)
2010-03-04	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-03-05	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-03-06	**154**	**55**	**55**	**55**	**55**	**154**	**154**
2010-03-07	**154**	**55**	**55**	**55**	**55**	**154**	**154**
2010-03-08	**154**	**55**	**55**	**55**	**55**	**154**	**154**
2010-03-09	**154**	**55**	**55**	**55**	**55**	**154**	**154**
2010-03-10	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-11	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-12	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-13	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-14	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-15	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-16	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-17	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**	**129**
2010-03-18	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-19	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-20	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-21	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-22	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
2010-03-23	**68**	**68**	**68**	**68**	**68**	**68**	**68**
2010-03-24	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-25	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-26	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-27	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-28	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-29	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-30	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-03-31	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-04-01	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**
2010-04-02	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-04-03	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-04-04	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-04-05	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-04-06	**204**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**	**54,45**
2010-04-07	**204**	**204**	**55**	**55**	**55**	**55**	**55**

2010-04-08	204	204	204	55	55	55	55
2010-04-09	204	204	204	204	55	55	55
2010-04-10	204	204	204	204	204	55	55
2010-04-11	204	204	204	204	204	204	55
2010-04-12	204	204	204	204	204	204	204
2010-04-13	284	204	204	204	204	204	204
2010-04-14	284	284	204	204	204	204	204
2010-04-15	364	284	284	204	204	204	204
2010-04-16	364	364	284	284	204	204	204
2010-04-17	510,95	364	364	284	284	204	204
2010-04-18	ASKA	510,95	364	364	284	284	204
2010-04-19	2130,95	510,95	510,95	364	364	284	284
2010-04-20		ASKA	ASKA	510,95	364	364	284
2010-04-21			ASKA	510,95	510,95	364	364
2010-04-22				1270,9	510,95	510,95	364
2010-04-23					FULLT	510,95	510,95
2010-04-24						1270,9	510,95
2010-04-25							1270,9

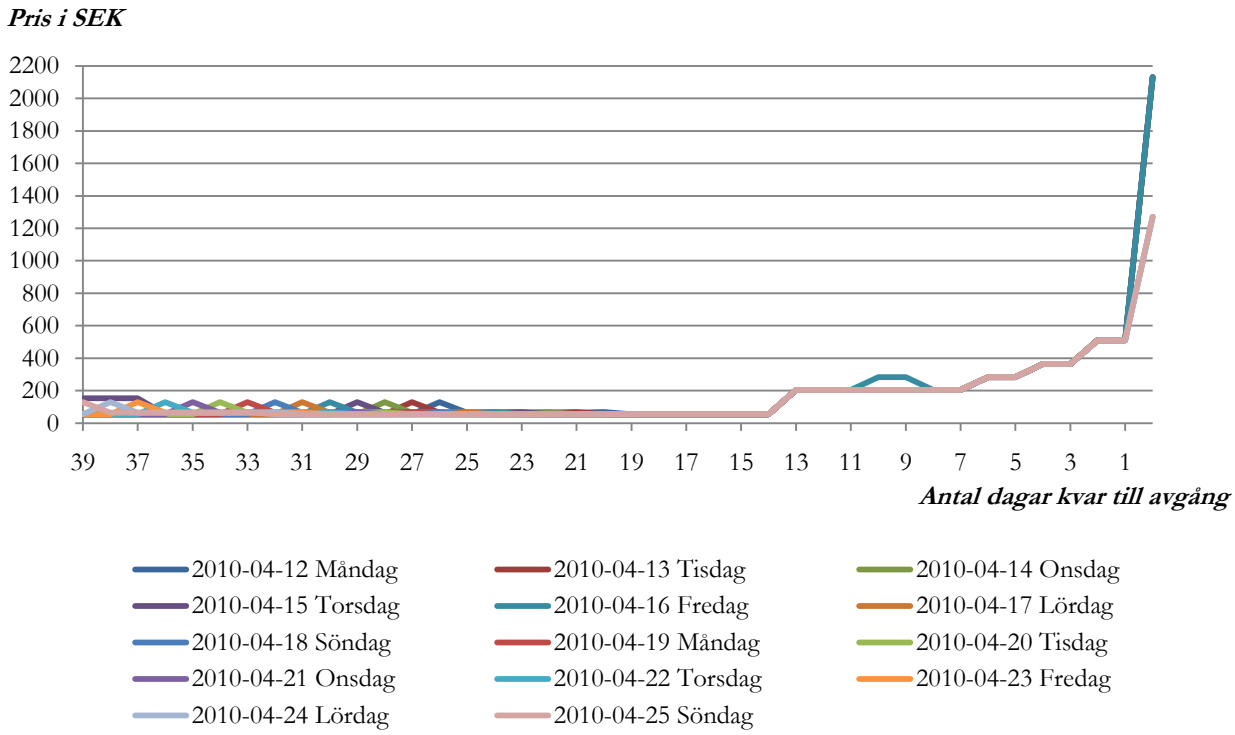
Bilaga 3 – Empiri - diagram



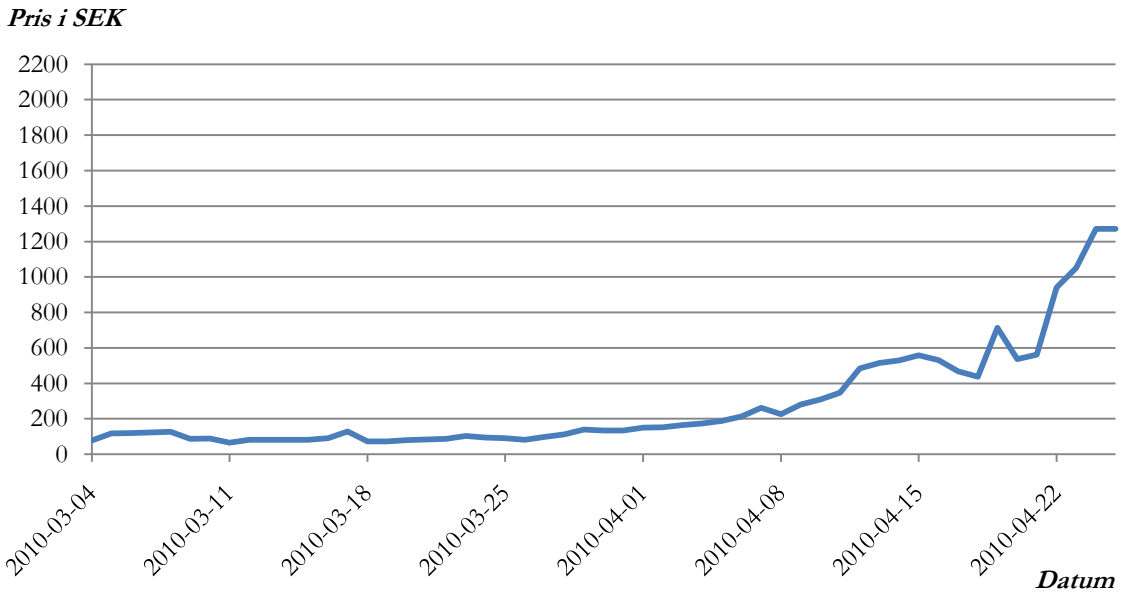
Figur B3.1: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi



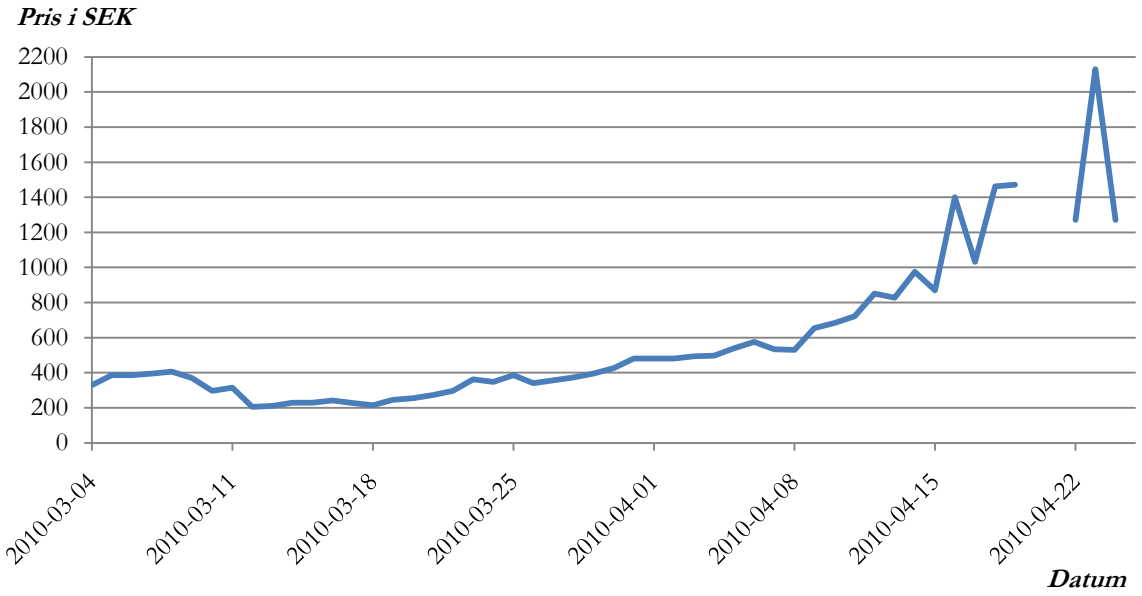
Figur B3.2: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted



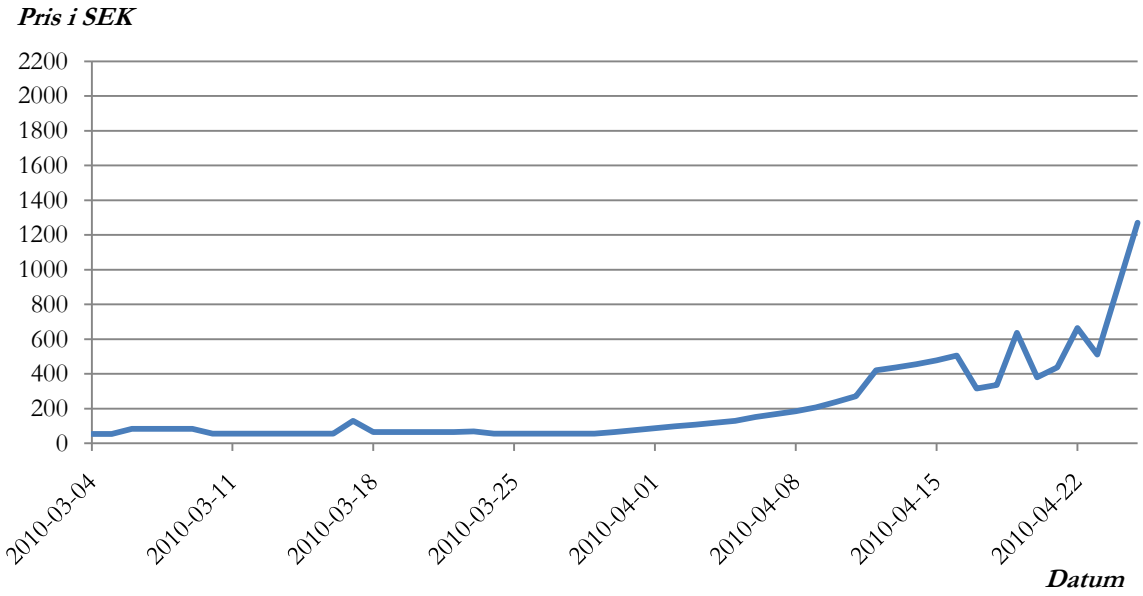
Figur B3.3: Alla de 14 undersökta flighternas priser de 39 sista dagarna före avgång för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge



Figur B3.4: Snittpris, sorterat efter observationsdatum, för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi



Figur B3.5: Snittpris, sorterat efter observationsdatum, för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – London Stansted



Figur B3.6: Snittpris, sorterat efter observationsdatum, för flygavgångar under vecka 16 och 17, år 2010 på flygsträckan Stockholm Skavsta – Oslo Rygge

Bilaga 4 – Statistisk sammanställning

T-test – Snittprisskillnad mellan de olika resmålen (95%-signifikansnivå) (39 dagar före avgång och även avgångsdagen).

T-test på snittpriset mellan de undersöka resmålen	Bryssel Charleroi och London Stansted	Bryssel Charleroi och Oslo Rygge	Oslo Rygge och London Stansted
t-kvot	**19,70722**	**-5,31478**	**16,18268**
P-värde	**3,53E-22**	**2,31E-06**	**3,38E-19**
Kritiskt P-värde	**1,684875122**	**1,684875122**	**1,684875122**
Frihetsgrader	**39**	**39**	**39**

T-test – Skillnad billigaste veckodagen gentemot dyraste veckodagen (95%-signifikansnivå) (39 dagar före avgång och även avgångsdagen).

T-test på snittpriset för den billigaste dagen och den dyraste veckodagen att resa	Stockholm Skavsta – Bryssel Charleroi	Stockholm Skavsta - London Stansted	Stockholm Skavsta - Oslo Rygge
t-kvot	**-7,388603436**	**-17,64848294**	**0,997888811**
P-värde	**3,15519E-09**	**1,70604E-20**	**0,162242371**
Kritiskt P-värde	**1,684875122**	**1,684875122**	**1,684875122**
Frihetsgrader	**39**	**39**	**39**

Medelvärdet, median, korrelationen och P-värdet är beräknat på priserna 39 sista dagarna (och även avgångsdagens pris) före avgång. Både korrelationen och p-värde är mätt på variabeln antal dagar kvar till avgång mot variabeln pris. Medelvärdet är det aritmetiska medelvärdet för biljettpriset för varje avgång.

Stockholm - Bryssel

Bryssel Vecka 16	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 9564 (07:15)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Söndag, 18 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)
Medelvärde	**221,3248**	**221,0033**	**214,0478**	**215,5923**	**262,2083**	**167,3092**	**244,4997**
Median	**109**	**109**	**82**	**82**	**136,5**	**82**	**215,65**
R	**-0,6240177**	**-0,620857044**	**-0,612980771**	**-0,60737913**	**-0,667143972**	**-0,809741515**	**-0,798049449**
P-värde	**0,000244525**	**0,000247185**	**0,000402289**	**0,000358653**	**1,9031E-05**	**8,71154E-07**	**7,16707E-08**

Bryssel Vecka 17	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 9564 (07:15)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Tordag, 22 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 9564 (07:30)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 9564 (09:45)
Medelvärde	**196,8184**	**166,9756**	**153,3711**	**182,7179**	**318,3388**	**215,5225**	**234,6275**
Median	**82**	**82**	**82**	**244**	**215,5225**	**234,6275**	**104,8339**
R	**-0,580211079**	**-0,742159063**	**-0,73972679**	**-0,673546041**	**-0,559570509**	**-0,633204626**	**-0,732474182**
P-värde	**0,002182339**	**8,94629E-06**	**5,94453E-06**	**0,000124256**	**6,91792E-07**	**0,000369335**	**1,662E-06**

Stockholm – London

London Vecka 16	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 53 (09.40)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Söndag 18 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)
Medelvärde	**315,0543**	**427,221**	**401,8595**	**545,7863**	**685,1793**	**542,3874**	**444,573**
Median	**234**	**234**	**314**	**541,04**	**643,155**	**624,94**	**369,1**
R	**-0,522673255**	**-0,742406984**	**-0,607933855**	**-0,59081098**	**-0,629092649**	**-0,939927247**	**-0,886315946**
P-värde	**3,67184E-06**	**4,38252E-08**	**8,126E-09**	**3,64582E-11**	**1,43152E-16**	**1,22674E-15**	**6,51408E-13**

London Vecka 17	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Torsdag, 22 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 53 (09:40)
Medelvärde	**355,6481**	**273,5329**	**417,7097**	**665,7359**	**859,9833**	**587,9541**	**343,6041**
Median	**288,1**	**154**	**288,1**	**517,14**	**811,17**	**517,14**	**288,1**
R	**-0,616710601**	**-0,548172401**	**-0,751074922**	**-0,889774161**	**-0,828428004**	**-0,782483349**	**-0,872312453**
P-värde	**4,35104E-07**	**7,7981E-05**	**1,61631E-06**	**4,41566E-11**	**1,47947E-20**	**1,17763E-10**	**2,3985E-08**

Stockholm - Oslo

Oslo Vecka 16	Måndag, 12 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Tisdag, 13 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Onsdag, 14 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Torsdag, 15 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Fredag, 16 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Lördag, 17 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Söndag, 18 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)
Medelvärde	**186,0173**	**186,031**	**186,0393**	**193,4588**	**190,02**	**126,2724**	**115,8608**
Median	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**59,75**	**55**
R	**-0,5327733**	**-0,5318474**	**-0,5308999**	**-0,4973291**	**-0,538382**	**-0,765618569**	**-0,764988784**
P-värde	**0,004161977**	**0,004157599**	**0,004153792**	**0,002714091**	**0,003478222**	**4,64472E-06**	**2,3035E-06**

Oslo **Vecka 17**	Måndag, 19 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Tisdag, 20 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Onsdag, 21 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Torsdag, 22 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Fredag, 23 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)	Lördag, 24 Apr 10 FlygFR 1601 (21:50)	Söndag, 25 Apr 10 FlygFR 1601 (07:55)
Medelvärde	**177,6462**	**136,0936**	**126,2289**	**164,4638**	**136,09359**	**164,4638**	**164,4638**
Median	**64,5**	**64,5**	**59,75**	**64,5**	**64,5**	**64,5**	**64,5**
R	**-0,509655808**	**-0,769381188**	**-0,753783139**	**-0,643972316**	**-0,762219987**	**-0,6413346**	**-0,6400157**
P-värde	**4,91352E-06**	**4,61676E-06**	**0,000241258**	**4,86772E-06**	**0,000240874**	**0,000240682**	**0,001908801**