



TØI rapport
586/2002

Norsk innenlandsk luftfart - konkurransen og monopol

Jon Inge Lian
Knut Sandberg Eriksen
Henning Lauridsen
Arne Rideng

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

ISSN 0802-0175

ISBN 82-480-0275-6

Oslo, august 2002

Tittel: Norsk innenlandsk luftfart - konkurranse og monopol

Forfatter(e): Jon Inge Lian; Knut Sandberg Eriksen; Henning Lauridsen; Arne Rideng

TØI rapport 586/2002
Oslo, 2002-08
70 sider
82-480-0275-6

ISSN 0808-1190

Finansieringskilde:
Samferdselsdepartementet

Prosjekt: 2746 Framtidig konkurranse i innenlandsk luftfart

Prosjektleder: Jon Inge Lian

Kvalitetsansvarlig: Sverre Strand

Emneord:

Luftfart; Konkurranse; Monopol; Marked; Norge; Scenarier

Sammendrag:

SAS har etter overtakelsen av Braathens skaffet seg monopol i innenlandsk norsk luftfart. I tiden etterpå har selskapet opptrått i tråd med klassisk monopolteori. Kapasiteten er kraftig redusert, gjennomsnittsinntekten er økt og trafikken har falt. På den annen side gir hendelsene 11. september og usikre økonomiske utsikter i seg selv grunn til å redusere kapasiteten. Da konkurranseforholdene kan endres raskt og aktørenes tilbud likeså, er en kortstiktig utnyttning av monopolposisjonen å forvente.

Title: Norwegian Domestic Aviation - Competition and Monopoly

Author(s): Jon Inge Lian; Knut Sandberg Eriksen; Henning Lauridsen; Arne Rideng

TØI report 586/2002
Oslo: 2002-08
70 pages
82-480-0275-6

ISSN 0808-1190

Financed by:
The Ministry of Transport and Communications

Project: 2746 Norwegian Domestic Aviation

Project manager: Jon Inge Lian

Quality manager: Sverre Strand

Key words:

Aviation; Competition; Monopoly; Market; Norway; Scenarios

Summary:

SAS has after the take over of Braathens behaved according to classical monopoly theory. Capacity is reduced, yield has increased and traffic is down. Since a monopolist easily can change capacity and prices if traffic fails or a new entrant appears, short-term exploitation of monopoly situation is likely.

Language of report: Norwegian

*Rapporten kan bestilles fra:
Transportøkonomisk institutt, Biblioteket
Gaustadalleen 21, 0349 Oslo
Telefon 22 57 38 00 - www.toi.no*

*The report can be ordered from:
Institute of Transport Economics, The library
Gaustadalleen 21, NO 0349 Oslo, Norway
Telephone +47 22 57 38 00 - www.toi.no*

Forord

SAS gav et tilbud på overtakelse av Braathens i mai 2001. Den ble godkjent av Konkurransetilsynet høsten 2001. Forut for disse hendelsen besluttet Samferdselsdepartementet å sette i gang et prosjekt som skulle vurdere hva som kunne skje hvis vi går fra to til en stor aktør i det innenlandske luftfartsmarkedet.

Vurderingen er gjort på basis av teori, kjennskap til markedet og erfaringer fra andre land. To scenarier for mulig utviklingsforløp er beskrevet. Til slutt vurderes hendelsene det første året med en monopolsituasjon i innenlands luftfart.

Flere har bidratt til rapporten. Arne Rideng har skrevet kapittel 2, Henning Lauridsen kapittel 5 og Knut Sandberg Eriksen kapittel 4 og 7. Prosjektleder Jon Inge Lian har stått for bearbeiding av alle kapitler og skriving av endelig rapport. Tove Ekstrøm har stått for det avsluttende arbeidet med lay out.

Oslo, august 2002
Transportøkonomisk institutt

Knut Østmoe
instituttssjef

Jan Vidar Haukeland
avdelingsleder

Innhold

Sammendrag

Summary

1 Formål og bakgrunn	1
1.1 Formål.....	1
1.2 Bakgrunn – aktuelle problemstillinger	1
2 Utviklingen i det innenlandske flymarkedet 1991-2001	4
2.1 Generelt.....	4
2.2 Rutetilbudet.....	4
2.3 Priser, rabatter, bonussystemer og storkundeavtaler	8
2.4 Avslutning.....	11
3 Kostnader og lønnsomhet på stamrutenettet	12
3.1 Kostnadsstruktur - generelt.....	12
3.2 Kostnadsmodell - variasjon etter hopplengde.....	13
3.3 Inntektsforhold.....	14
3.4 Kostnadsforhold.....	16
3.5 Lønnsomhet på stamrutenettet	18
4 Teoretisk analyse av monopol og andre konkurranseformer	20
4.1 Innledning	20
4.2 Monopolteori	20
4.3 Teorier om duopol og oligopol	22
4.4 Contestable markets.....	23
4.5 Regulering.....	24
4.6 Testing av teoriene på flymarkedet.....	25
5 Erfaringer fra andre land	28
5.1 Generelle erfaringer i Europa	28
5.2 Frankrike	29
5.3 Spania.....	30
5.4 Sverige	31
5.5 Andre land i Europa.....	33
5.6 Australia og New Zealand	34
5.7 Noen hovedtrekk i utviklingen	35
6 Scenarier og aktører - mål og virkemidler	36
6.1 Hva er scenarier og hvorfor brukes de?	36
6.2 Flyselskap	37
6.3 Staten sentralt.....	38
6.4 Luftfartsverket	39

6.5 Konkurransemyndighetene	39
6.6 Forbrukermyndigheter	42
6.7 Media, opinion	42
6.8 Forretningskunder	43
6.9 Privatkunder	43
7 Scenarier mot år 2010.....	44
7.1 Innledning	44
7.2 Scenario 1: Langsiktig monopolist	44
7.3 Scenario 2: Kortsiktig monopolist	48
7.4 Oppsummering, kvantifisering og drøfting	52
8 Utviklingen det første året med monopol på innenlandsrutene	55
8.1 Overtakelsen	55
8.2 Trafikk- og tilbudsutvikling.....	56
8.3 Priser og inntekter	59
8.4 Konsekvenser og lønnsomhet	61
8.5 Konklusjoner, oppfølging	63
Litteratur:.....	64
De enkelte kostnadsposter	69

Sammendrag:

Norsk innenlandsk luftfart – konkurranse og monopol

Like før SASs overtakelse av Braathens ble kjent ønsket Samferdselsdepartementet en vurdering av hva som kunne skje hvis vi går fra to til en stor aktør i det innenlandske luftfartsmarkedet. Vurderingen er gjort på basis av teori, kjennskap til markedet og erfaringer fra andre land.

Utviklingen i det norske innenriksmarkedet fra 1990 fram til SASs overtakelse av Braathens kan beskrives i fire faser. I *forberedelsesfasen* (1991-1993) var markedet fortsatt regulert, men med noen parallellkonsesjoner på de tyngste rutene. Sterk etterspørselsvekst og høye kabinfaktorer gav et gunstig utgangspunkt for konkurransen som ble sluppet fri for norske selskap på stamrutenettet fra 1994.

I *ekspansjonsfasen* (1994-1996) økte SAS og Braathens produksjonen og gikk hver for seg inn på ruter der det enkelte selskap fra før var svake. Braathens gikk f.eks. inn på rutene mellom Oslo og Bodø/ Evenes/Tromsø. Dette førte til at begge selskapene fikk relativt like landsdekkende rutenett og at kapasiteten på Fornebu ble fylt opp. *Konsolideringsfasen* (1997-1998) var preget av en litt spent "vente og se" holdning foran Gardermoen's åpning som hovedflyplass i oktober 1998.

Utmattelsesfasen (1999-2001). Åpningen av Gardermoen gav økt kapasitet. Color Air startet flyginger mellom Oslo og Bergen, Ålesund og Trondheim og SAS økte sitt tilbud kraftig i Sør-Norge. 1999 ble et år med overkapasitet, gunstige storkundeavtaler og utstrakt rabattering til glede for passasjerene, mens selskapene hadde store tap. Color Air måtte gi seg i 1999. Etter 1999 har kapasitetsreduksjonen hos SAS og Braathens gått relativt sakte fordi ingen ville oppgi markedsandeler. Dette førte til slutt til så store tap at også Braathens måtte gi seg og SAS overtok.

Stamrutenettet i Norge må i utgangspunktet sies å ha en rimelig rasjonell rutestruktur tilpasset markedets behov. Lønnsomheten er best på tunge ruter i Sør-Norge og hovedrutene mellom Oslo og Nord-Norge. Kystruta og stamruter i Nord-Norge har svak lønnsomhet. Disse rutene er derfor mest utsatt for rasjonalisering fra en aktør med full kontroll over det norske innenriksmarkedet.

Internasjonalt er konkurransebildet sammensatt. Storbritannia, Italia og Spania preges av hard innenlandsk konkurranse og lave priser. I Sverige, Frankrike og delvis Tyskland er konkurransen på retur med en dominerende aktør i hjemmemarkedet. I tillegg har nye lavprisaktører vokst sterkt i internasjonal trafikk i Europa.

Økonomisk teori tilsier at en monopolist i luftfarten vil utnytte sin posisjon ved å redusere kapasiteten og søke å oppnå økt gjennomsnittspris. Prisene vil ikke nødvendigvis øke, men tilgangen på rabatterte billetter vil reduseres. Samtidig vil

en monopolist utnytte stordriftsfordeler i et nettverk og også koordinere rutetabeller. Stordriftsfordelene ligger i hovedsak på markedssiden og ikke på kostnadssiden.

Dersom markedet er utfordringsbart (contestable), vil dette sette grenser for hvor langt monopolisten vil gå mht å utnytte sin monopolsituasjon. Dette forutsetter imidlertid at det ikke finnes barrierer mot å gå inn/ut av markedet, at det ikke er stordriftsfordeler og at monopolisten ikke kan endre sitt tilbud raskt når en ny aktør kommer på vingene. De fleste studier indikerer at disse forutsetningene ikke er oppfylt og at reell konkurranse må til for å oppnå pris- og rutetilbudseffekter.

Scenarier drives fram av aktører med ulike mål. Etter dereguleringen har de ulike statlige organer fått klarere roller:

Konkurransetilsynet skal påse at konkurransen er virksom, ikke minst ved å redusere barrierene mot å gå inn/ut av markedet. Forbudet mot opptjening av bonuspoeng er et ledd i dette. Tilsynet kan videre gripe inn mot dumpingpriser, men trolig ikke mot overkapasitet i markedet. Luftfarten preges av sterk pris-differensiering og lave korttidsmarginale kostnader. Det er derfor vanskelig å definere hva som er dumpingpriser.

Samferdselsdepartementet har ansvar for rutetilbudet og for å gå inn med offentlig kjøp når dette blir nødvendig. Sammen med Finansdepartementet fastsettes rammebetingelser for luftfarten og Luftfartsverket (avkastningskrav, avgifts-økninger).

Luftfartsverket skal drive flyplassene og øvrige infrastruktur for luftfarten. Rollen som statlig aksjeselskap fra 2003 vil gi en sterk fokus på lønnsomme investeringer og driftsformer og insentiv til gebyrstruktur som kan oppmuntre nye aktører. Selv om LV vil ønske å rasjonalisere flyplasstrukturen, følger det av deres monopol-situasjon samtidig driftsforpliktelser for et helt system (summen av rammebetingelser og offentlig kjøp av flyplasstjenester vil i stor grad overstyre Luftfartsverkets ønsker).

En monopolist kan utnytte sin posisjon i ulike grad. To scenarier fram mot 2010 er utviklet:

	Langsiktig scenario	Kortsiktig scenario
Kapasitet	Svak økning	Uendret
Pris	Uendret	Noe økning
Rabattering	Mindre	Mye mindre
Ruter	Noe rasjonalisering	Sterk rasjonalisering
Storkunderrabatter	Reduseres	Reduseres mye
Trafikk	Noe økning	Uendret
Kabinfaktor	62-63 %	66% +
Statlig kjøp	Noe mer	Mye mer
Flyplasser	Noe svak økonomi, organisering utredes	Dårlig økonomi, oppsigelser, lokal overtakelse
Nye aktører	Nisjer	Nisjer, men økt sjanse
Opinion, media	Misfornøyd	Svært misfornøyd
Miljø	Lave utslipp	Svært lave utslipp

TØI rapport 586/2002

Grove beregninger viser god monopolprofitt i begge scenariene. Hvis monopolisten tror markedet er prisfølsomt eller tror at myndighetene kan gå inn med regulering eller andre tiltak, vil dette bidra til at monopolisten utnytter sin posisjon i mindre grad. Dette gjelder også hvis han tror at forsiktig utnytting vil kunne bidra til å redusere sjansen for nye aktører i markedet. Hvis han derimot tror at konkurranseforholdene raskt kan endres og i tillegg vet at han raskt kan endre sitt tilbud når dette eventuelt skjer, er det naturlig å anlegge et kortsiktig perspektiv på utnytting av monopolfordelene. En scenario som forutsetter en langsiktig ”snill” monopolist som balanserer markedets behov, slik at opinion og myndigheter ikke reagerer negativt, er kanskje derfor urealistisk.

SAS-gruppens handlinger det første året har vært helt i tråd med dette. Kapasiteten er redusert med 15 % i setekm, nær 20 % når det gjelder antall avganger og enhetsinntekten har økt relativt sterkt. SAS må kunne sies å ha strammet relativt kraftig til i det norske markedet for å oppnå gevinst på kort sikt. Samtidig må det tilføyes at også markedsmessige forhold i seg selv gav grunn til å redusere kapasiteten (11. september og usikre økonomiske utsikter).

Gitt at kostnadene lar seg redusere i takt med produksjonsvolumet, er et teoretisk overskudd på innenlandsrutene beregnet til 1,6 milliarder kr.

Gitt kapasitetsnedgangen skulle en forvente høye kabinfaktorer. Dette har ikke slått til så langt. Trafikknedgangen har hittil i år vært ca 10 %. Bakgrunnen kan være stagnasjon i forretningsmarkedet, lav tilgang på billigbilletter, prisfølsomhet i fritidsmarkedet og redusert tidsfleksibilitet fra de reisendes side til å reise på ubekvemme tidspunkt.

Det er grunn til å tro at etterspørselen vil ta seg opp utover året. Vi kan da oppleve høye kabinfaktorer i tråd med monopolistens ønsker. Det er derfor grunn til å overvåke kapasitetssituasjonen og prisutviklingen framover. Samtidig ser det ut til at en ny aktør vil søke å etablere seg i det norske innenriksmarkedet. En oppfølging av hvordan konkurransen utvikler seg er derfor interessant, ikke minst med direkte undersøkelser i markedet.

Summary:

Norwegian Domestic Aviation – Competition and Monopoly

This report presents the results of an evaluation of the possible outcome of a monopoly situation in domestic aviation in Norway. The evaluation, which has been carried out by the Institute of Transport Economics for the Norwegian Ministry of Transport and Communications, is based on knowledge of the domestic market, economic theory and international experiences.

The domestic market in Norway has changed drastically since 1990 and a number of distinct phases can be identified. Up to 1993, the market was regulated and two airlines, SAS and Braathens, shared the traffic with equal shares. With few exceptions they operated different non-overlapping route networks.

When the market was opened to competition in 1994, both airlines increased capacity by entering routes operated by their competitor. As a result both established more or less similar overlapping nationwide route networks. The capacity at the then Oslo Airport Fornebu was a restraining factor and during 1997-98 both airlines waited for the new Oslo Airport Gardermoen to open.

The new airport, which opened in October 1998, had a much higher capacity and led to increased air traffic. A new airline, Color Air, started routes from Oslo to Bergen, Ålesund and Trondheim. The overall seat capacity increase, however, was far more extensive than that of the new airline, especially due to capacity increases by SAS. The result was excess capacity and highly reduced fares to the benefit of passengers. The airlines lost money and Color Air had to give in already in September 1999.

After 1999 both SAS and Braathens reduced capacity but only very slowly because both were reluctant to give away market shares. Finally, heavy losses led to serious financial problems for Braathens and the airline was taken over by SAS in 2001.

In Europe, the degree of domestic airline competition varies. By 2001 some countries like Great Britain, Italy and Spain experience domestic competition, while in other countries, among them Sweden, France and Germany domestic competition is less pronounced than a few years ago.

According to economic theory, a monopolist will take advantage of his position by reducing capacity and thus achieve higher prices on average. Nominal air fares will not necessarily be increased, but discount fares will be less available. Route schedules will be designed and prices will be set in such ways that aircraft utilization and load factors increase. Further, a monopolist will enjoy network benefits, mainly on the market side.

A contestable market will in principle set limits for monopolistic behaviour. However, most studies indicate that necessary prerequisites in this respect like lack of scale effects and no barriers to entry or exit, are not fulfilled. Therefore, actual and not only potential competition is necessary if reduced fares shall be achieved.

Scenarios are driven by players with differing goals. After deregulation, the roles of the different actors are more distinct. Competition authorities want to encourage active competition. Thus, frequent flyers programmes in the domestic market in Norway were prohibited from 1 August 2002. Further, predatory pricing is in principle forbidden, but is difficult to determine such practise due to the very low short-term marginal costs in the aviation industry.

The Ministry of Transport and Communications is responsible for routes and transport supply in Norway. Services can be bought according to Public Service Obligation rules. Further, the Ministry (together with Ministry of Finance) sets external conditions for the industry and Norwegian Air Traffic and Airport Management (NATAM).

NATAM, that operates state owned airports, will become a state owned limited company in 2003. A greater focus on profit may then lead to a rationalised airport structure.

The extent to which a monopolist will exploit his positions depends on his perception of:

- The probability of a new entrant
- Market reactions (price sensitivity)
- Strength of authorities (short and long term)

Two scenarios were developed in the course of the evaluation, the one describing a short-term exploitation of monopoly position and the other describing a more cautious long term thinking monopolist. Since a monopolist easily can change capacity and prices if traffic fails or a new entrant appears, the short-term exploitation scenario is the more likely one.

The development during the first year with monopoly (2001-2002) supports this argument. Seat capacity is reduced with 15-20 % and yield has increased 15%. However, traffic has stagnated and cabin factors are still rather low. A failing business market due to 11th September and insecurity may be one reason. A mature market in Norway, price sensitivity and less willingness to travel at inconvenient times of the day / week may be other reasons. Capacity reductions have thus not yet had the intended effects on profitability.

1 Formål og bakgrunn

1.1 Formål

Dette prosjektet ble igangsatt før det var helt klart at SAS ville overta Braathens. Det var likevel klart at det var en reell fare for at en monopolsituasjon kunne oppstå i det innenlandske luftfartsmarkedet. Samferdselsdepartementet med sitt ansvar for å sikre at transporttilbudet er tilfredsstillende for ulike reisemål i alle deler av landet, ville ha en vurdering av hva som kunne skje hvis vi går fra to til en stor aktør i det innenlandske luftfartsmarkedet. På basis av analyse av mulige framtidige utviklingsforløp, scenarier, har vi i dette prosjektet utredet konsekvenser for monopolisten, reisende og offentlige myndigheter.

Slike scenarier må ha et grunnlag. Studien innledes derfor med en bred gjennomgang av tilbudsutviklingen og markedssituasjonen i Norge fram til 2001 (kapittel 2). Videre vil erfaringer fra konkurranseforhold i andre land, økonomisk teori og en gjennomgang av kostnads- og inntektsforhold i luftfarten danne grunnlag for utvikling av scenarier for monopolistadferd.

I kapittel 6 beskrives de ulike aktørene innen luftfarten; deres målsettinger og virkemidler. I kapittel 7 utvikles to scenarier – det ene beskriver en kortsiktig (aggressiv) monopolist, det andre en langsiktig (balansert) monopolistadferd. I scenariene varierer monopolisten oppfatning av myndighetenes styrke, faren for en ny inntrenger i markedet og markedets prisfølsomhet. Konsekvenser for næringsliv og forvaltning, fritidsreisende, Luftfartsverkets økonomi og statens inntekter og utgifter drøftes. I kapittel 8 gjennomgås utviklingen det første året, dvs fra mai-juni 2001 til mai-juni 2002. Videre trekkes konklusjoner med hensyn til hvordan dette første året med monopol kan vurderes.

Transporttilbudets ulike aspekter (ruter, priser og kapasitet) står sentralt i analysen, ikke minst utviklingen i rabattkategorier og deres tilgjengelighet. Videre drøftes geografiske forskjeller i de ulike deler av landet, hvilke brukergrupper som vil bli berørt og om behovet for offentlig kjøp av flytjenester vil øke.

1.2 Bakgrunn – aktuelle problemstillinger

Det er mange grunner til at monopolsituasjoner oppstår. For det første er rute-markeder *geografisk oppdelte* med lokale/regional monopol som mulig resultat. Et konkurrerende flytilbud må være tilgjengelig på samme relasjon og til samme tidspunkter for å være et alternativ i praksis. Videre kreves fleksibilitet mht tidspunkter, både for fram og tilbakereise. Dette krever et visst antall daglige frekvenser hver veg (f eks åtte) for at tilbud skal oppfattes som gode nok for det lønnsomme forretningssegmentet. Konkurrentene må da være store, eller i det minste gå tungt inn i utvalgte nisjer.

På den annen side er rutemarkeder også *systemer*. Den samlede etterspørsel sprer seg på et stort antall relasjoner. Dette gjelder også ofte for den enkelte reisende eller bedrift. Aktører som ikke har et omfattende rutetilbud i ett system, er utelukket fra store deler av markedet. Dette sammen med andre forhold, medfører at det vil være er stordriftsfordeler på markedssiden (Doganis 1993) som følge av:

- attraksjonen ved et stort og utstrakt rutenett
- evnen til å dominere en knutepunkt-flyplass og dets hjemmemarked
- kontroll med bestillingssystemene og innflytelse over bestillingsleddet
- evne til å utvikle merkeloyalitet ved bonusprogrammer
- evne til konkurranseprising på enkeltruter ved krysssubsidiering innenfor et utstrakt rutenett og mellom forretningssegmenter
- markedsrett ved storskala markedsføring

Det er gjerne ”nummer to eller tre” selskapene som har problemer. Disse retter seg også mot forretningsmarkedet, men er ikke store nok og ofte ikke med i en attraktiv nok allianse til å klare seg. Samtidig er det en tendens til at ekstreme lavprisaktører vokser opp på bestemte nisjer / ruter. Når disse når over en viss kritisk størrelse, ser de ut til å kunne klare seg godt. De klassiske eksemplene er Ryanair i Europa og SouthWest i USA. Utviklingen har så langt gått i favør av de største selskap og de ekstreme lavprisaktører.

Om man ikke kan oppnå en reell konkurranse, sier teorien om ”contestable markets” (Baumol, Panzar og Villig 1983) at trusselen om potensiell konkurranse er nok til de(n) dominerende aktør(er) ikke utnytter sin posisjon i for stor grad på flybrukernes bekostning. Teoriens forutsetninger om at det ikke må være stordriftsfordeler i produksjonen, eller barrierer mot inn- og uttreden av markedet er imidlertid som regel ikke tilfredsstillende. Dessuten kan den dominerende aktør på kort varsel endre sitt tilbud. På timen kan prisene settes ned og i løpet av uker kan kapasiteten endres.

Kostnadene ved å tilby den overkapasitet som oppstår når to konkurrerende selskaps markedsambisjoner ikke samsvarer med markedets størrelse, er ofte en hovedårsak til at selskapet med minst finansiell styrke må gi seg.

Dette stiller myndighetene overfor to utfordringer eller sett av virkemidler:

- bidra til å fjerne etableringshindrene
- regulering og andre tiltak for å redusere skadevirkninger av monopol

Hvordan disse virkemidlene tas i bruk, vil bestemme hvordan utviklingen vil gå og hvilke konsekvenser som kan avledes. Videre vil monopolistens oppfatning av konkurransetrusselen påvirke hvor aggressivt han vil opptre. Behovet for avbøte virkningene av monopol, er avhengig av i hvilken grad man klarer å bygge ned etableringshindre.

I en monopolsituasjon er det, i motsetning til i en konkurransesituasjon, en viss fare for underkapasitet. Monopolisten vil søke å dekke det lønnsomme forretningssegmentet som flyr morgen og ettermiddag på hverdager. For å kunne utnytte flyene mest mulig vil en monopolist søke å presse fritidstrafikken ut på tidspunkter da forretningstrafikken ikke vil reise. Dette vil også gi jevnere og høyere belegg i flyene.

Samtidig er jo også en monopolist avhengig av trafikk for å tjene penger. Det er

mest å tjene på å fly flybrukerne dit de vil og på det tidspunkt de vil. Med andre ord har selskapet og brukerne i utgangspunktet sammenfallende interesser. Monopolistens adferd vil dermed også styres av hans oppfatning av prisfølsomheten i de ulike markedssegmenter, og av bl a fritidsmarkedets villighet til å bli presset til å fly på ugunstige tidspunkt, dvs når forretningsreisende i mindre grad vil fly.

Noen ruter er mer lønnsomme enn andre. Hvis monopolistens på de minst lønnsomme rutene øker prisene eller reduserer kapasiteten slik at tilbudet blir for dårlig, kan myndighetene tvinges til å gå inn med offentlig kjøp. I hvilken grad monopolisten vil spekulere i at hans egen adferd inviterer til offentlig kjøp, avhenger av i hvilken grad han vurderer faren for å få en ny konkurrent inn på markedet ved dette.

Underkapasitet vil også ramme offentlige myndigheter. Avgiftsinngangen blir lavere. Luftfartsverkets økonomi og evne til å opprettholde et utstrakt flyplassnett blir svakere. På den annen side øker vanligvis utnyttelsen av flyene og miljøulempene reduseres.

2 Utviklingen i det innenlandske flymarkedet 1991-2001

2.1 Generelt

Lufttransporten i Norge er i dagens moderne samfunn en avgjørende forutsetning for å kunne opprettholde vår desentraliserte bosetting. Landets langstrakte geografi, topografi og mangelen på reell konkurranse fra andre transportmidler, særlig for tjenestereiser, gjør at luftfarten står i en helt spesiell stilling når det gjelder lange reiser.

De siste femti år har det skjedd en nesten kontinuerlig vekst i flytrafikken. Stamflyplasser og kortbaneflyplasser er bygd ut, ruter etablert og tilbudet utvidet i tråd med etterspørselsutviklingen. Mens det i første del av luftfartens historie i Norge var mest reiser i forbindelse med arbeidet, har det de siste 10-15 år også skjedd en rask vekst i tallet på fritids- og besøksreiser. Grunnlaget for denne utviklingen er en sterk økning i kapasiteten og en betydelig prisdifferensiering. For en nærmere oversikt over utviklingen henvises til Lian (1996) og Rideng og Denstadli (1999).

Hovedformålet med dette prosjektet er å vurdere hva som kan komme til å skje dersom vi får én monopolist på det innenlandske norske flymarkedet i stedet for den duopolsituasjonen vi har hatt i mesteparten av etterkrigstiden. Det er da nødvendig å ha en viss oversikt over utgangssituasjonen i markedet.

2.2 Rutetilbudet

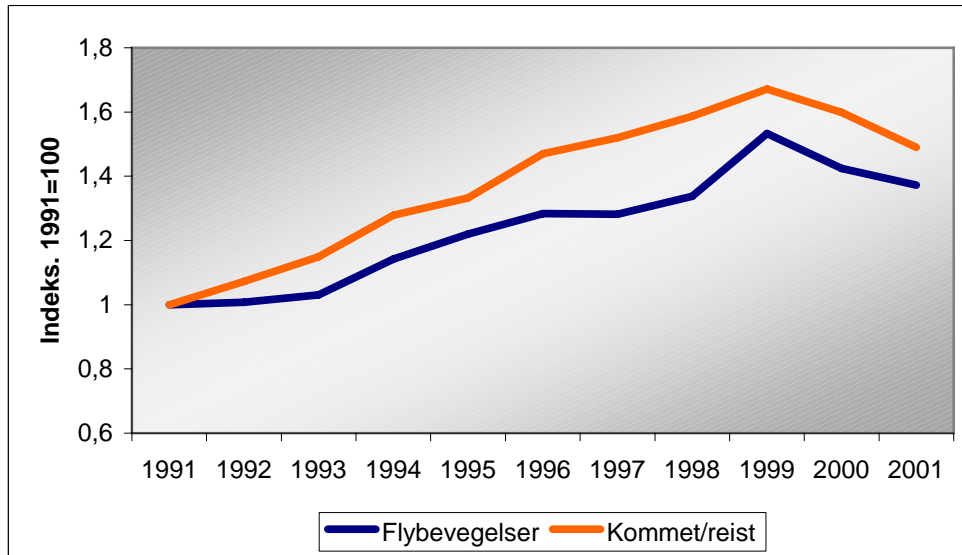
Med rutetilbud mener vi her hvilke relasjoner som trafikkeres, hvor ofte og hvor mange av relasjonene som flys non-stop og hvor mange som krever mellomlanding, eventuelt flybytte. Det har også betydning om flytilbudet innebærer stor nok kapasitet, slik at en kan regne med å få plass på flyet selv om en må reise på kort varsel.

For å få en oversikt over det samlede tilbudet på norske stamruter innenlands, har vi benyttet to ulike kilder: Luftfartsverkets statistikk og selskapenes egne oversikter over produksjon og salg.

Figur 2.1 viser antall flybevegelser (avganger og landinger) på stamflyplassene og antall passasjerer kommet og reist på de samme plassene i perioden 1991-2001. Disset tallene inkluderer en del flybevegelser og reiser mellom stamflyplasser og regionale flyplasser. I hovedsak gir imidlertid figuren en god oversikt over tilbud og etterspørsel på stamrutene.

Tilbudet vokste sterkest fra 1994 etter at konkurransen ble sluppet fri for innenlandske aktører. Både SAS og Braathens gikk da inn på relasjoner der de før var

svake; med det resultat at de to selskaperes rutenett etter hvert ble relativt like. Særlig Braathens økte sin produksjon i perioden 1994-1996. Fram mot åpningen av Gardermoen oktober 1998 var kapasiteten på Fornebu på det nærmeste fylt opp. Ved åpningen av Gardermoen opplevde vi et nytt tilbudshopp. Denne gangen var det SAS som sto for en kraftig vekst, mens Color Air kom inn som ny aktør. Etter 1999 har tilbudet gradvis blitt redusert igjen.



TØI rapport 586/2002

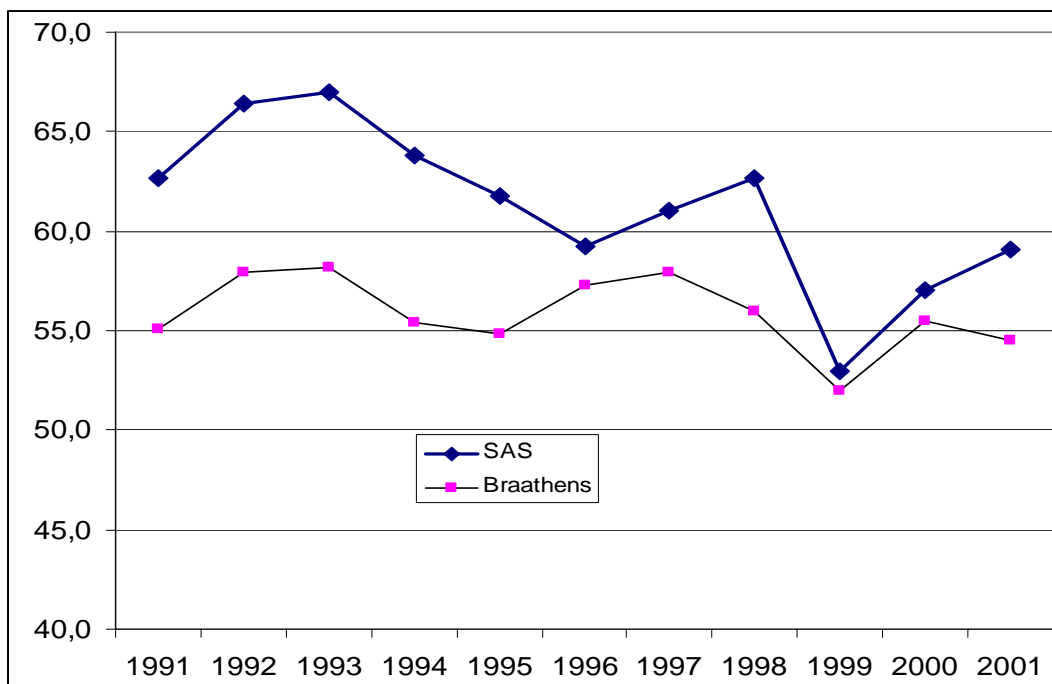
Figur 2.1 Utviklingen i antall flybevegelser (avganger og landinger) og antall kommet/reist på stamrutepllassene, innland, 1991-2001. Indeks=100 i 1991.

Luftfartsverkets oppgaver over flybevegelser og kommet/reist i lufthavnene avspeiler henholdsvis antall strekninger (leg) som er fløyet og antall reiser foretatt, uten hensyn til reisens lengde. Flyselskapene beregner tilbudet i form av antall *tilbudte setekilometer* (ASK = *available seat kilometer*), som er definert som produktet av antall tilbudte seter i flyet og distansen flyet har fløyet. På samme måte beregnes realisert etterspørsel i form av *solgte passasjerkilometer* (RPK = *revenue passenger kilometer*), som er definert som produktet av antall passasjerer i flyet og distansen flyet har fløyet. Forholdet mellom RPK og ASK betegnes vanligvis som *kabinfaktor* (passenger load factor) og uttrykker gjennomsnittlig beleggprosent i flyene, hensyn tatt også til flyreisens lengde.¹

SAS og Braathens har vært de dominerende aktørene i norsk innenriks luftfart på stamrutene på hele 1990-tallet. Color Air var inne i en kort periode fra høsten 1998 til høsten 1999 med et begrenset rutetilbud på tre relasjoner. Utviklingen i kabinfaktorene for SAS og Braathens vises i figur 2.2. SAS hadde særlig i de første årene av perioden en betydelig høyere kabinfaktor enn Braathens. For en del skyldtes dette at Braathens var alene om kystruten og ruter mellom Oslo og Mørebyene, som alle hadde lave kabinfaktorer, mens SAS' ruter mellom Nord- og

¹ Det er en viss forskjell mellom selskaperes og Luftfartsverkets tall. De siste omfatter alle passasjerer, også bonusreisende og de med fribilletter, mens selskapene kun oppgir betalende passasjerer. I følge Reisevaneundersøkelsen på fly 1998 utgjør bonusreiser og fribilletter ca 5 % av alle reiser.

Sør-Norge hadde høye kabinfaktorer. Etter hvert ble forskjellen mindre, i 1999 og 2000 nesten utjevnet. I år 2001 økte SAS sin kabinfaktor, mens Braathens' sank noe.



TØI rapport 586/2002

Figur 2.2 Kabinfaktor for innenlandsrutene til SAS og Braathens. 1991 – 2001.

Går vi nærmere inn på utviklingen for de viktigste relasjonene, kommer utviklingen i de ulike tidsepokene mer tydelig fram. Vi har valgt å fokusere på rutetilbudet ved fire utvalgte tidspunkter, nemlig 1993, 1996, 1999 og 2001 (tabell 2.1). Disse analysene gir oss grunnlag for grovt sett å dele tidsperioden inn i fire deler: En forberedelsesfase 1991-1993, en ekspansjonsfase 1994-1996, en konsolideringsfase 1997-1998 og en utmattelsesfase 1998-2001.

Forberedelsesfasen 1991-1993. Denne perioden omfatter de siste årene før liberaliseringen på stamrutene ble satt i verk 1. april 1994, og markedet var fortsatt regulert. Braathens og SAS delte Sør-Norge mellom seg, i og med at det tidligere var etablert såkalte parallellkonsesjoner på de tyngste rutene Oslo – Stavanger, Oslo – Bergen og Oslo – Trondheim. Braathens fløy alene på relasjonene Oslo – Kristiansand og videre på den såkalte "kystruta", dessuten mellom Mørebyene og Oslo. SAS fløy alene på Oslo – Haugesund og mellom Oslo og Nord-Norge.

Etter en mindre trafikknedgang i 1991, valgte selskapene å være forsiktige med utvidelser av kapasiteten. Etterspørselen viste seg imidlertid å øke jevnt. Kabinfaktoren steg fra 63 og 55 for henholdsvis SAS og Braathens til 67 og 58 og førte til bedre lønnsomhet i selskapene. "Situasjonen ved dereguleringstidspunktet var altså at trafikkveksten var relativt sterk og selskapene hadde den høyeste kapasitetsutnyttning på lenge" (Lian, 1996).

Tabell 2.1: Antall direkte flighter (en vei) pr. dag* på de 23 største relasjonene på stamrutenettet. 1993, 1996, 1999 og 2001.

	Direkte				Mellomlandinger (u.flybytte)			
	1993	1996	1999	2001	1993	1996	1999	2001
Oslo – Trondheim	19	28	39	31	1	1	0	0
Oslo – Bergen	19	27	32	29	1	1	0	0
Oslo – Stavanger	18	25	32	26	1	0	0	0
Oslo – Tromsø	8	10	13	14	0	1	0	0
Oslo – Bodø	5	8	12	12	1	0	0	0
Oslo – Kristiansand	5	8	15	13	0	0	0	0
Oslo – Ålesund	5	6	17	11	0	0	0	0
Oslo – Evenes	3	5	6	7	0	0	0	0
Oslo – Haugesund	8	5	10	6	0	0	0	0
Oslo – Molde	4	4	4	4	0	1	1	1
Oslo – Kristiansund	2	3	2	4	2	0	1	0
Stavanger - Kristiansand	5	5	7	6	0	0	0	0
Bergen – Stavanger	15	20	21	15	0	0	0	0
Bergen – Trondheim	5	6	7	8	3	9	9	5
Bergen – Ålesund	5	5	5	4	1	0	0	0
Bergen – Kristiansand	0	3	8	6	5	0	1	1
Trondheim – Bodø	7	8	9	9	5	7	5	3
Trondheim – Ålesund	4	4	2	5	0	0	0	0
Trondheim – Tromsø	1	3	3	3	6	8	8	7
Tromsø – Bodø	5	6	5	6	4	4	3	2
Tromsø – Alta	5	4	4	4	0	2	0	0
Tromsø – Kirkenes	1	1	1	1	1	1	4	3
Tromsø – Lakselv	2	1	2	4	1	1	0	0
Alle relasjoner	149	194	255	225	32	34	31	22

TØI rapport 586/2002

* Regnet som antall flighter begge veier pr uke dividert på 12.

Ekspansjonsfasen 1994-1996. Oppmuntret av trafikkveksten økte selskapene produksjonen i form av flere flybevegelser, flere direkte forbindelser og på noen relasjoner også større fly. Frekvensen økte særlig på de største relasjonene i Sør-Norge. Etterspørselen økte også, men ikke så raskt som tilbudet. Dette førte til lavere kabinfaktorer for begge selskapene. Andelen rabattbilletter økte også i et forsøk på å stimulere etterspørselen. Den viktigste endringen i rutemønsteret var at Braathens gikk inn på rutene mellom Oslo og Bodø/Evenes/Tromsø.

Konsolideringsfasen 1997-1998. Disse to årene var preget av en litt spent vente og se holdning foran Gardermoen's åpning som hovedflyplass i oktober 1998. Mulighetene for å etablere nye, attraktive avganger til/fra Fornebu var også beskjedne, i og med at kapasiteten der i de mest interessante periodene på dagen var i ferd med å sprenges. Etterspørselen økte en del, noe først og fremst SAS dro nytte av. Selskapet økte sin kabinfaktor noe i denne perioden, mens Braathens kabinfaktor sank. Det var små endringer i selskapenes ruteføringer, man ventet på en tredje aktør. I august, vel to måneder før åpningen av Gardermoen, kom Color Air på banen. Selskapet startet flyginger mellom Oslo og Bergen, Ålesund og Trondheim.

Utmattelsesfasen 1999-2001. Økt kapasitet på Gardermoen, Color Airs inntreden og optimistiske prognoser for den videre utvikling i flybransjen startet en regelrett krig i norsk innenriks luftfart. Langt flere frekvenser, etablering på relasjoner der konkurrenten tidligere hadde vært alene, økt prisdifferensiering og nye rabatter i perioder med liten trafikk, fristende bonusprogrammer og gode storkundeavtaler ble brukt som virkemidler i konkurransen. Det viste seg snart at Color Air skulle komme til å spille statistens rolle. Kampen sto mellom Braathens og SAS. SAS var i denne fasen klart mest aggressiv. Selskapet ville ta igjen tapte markedsandeler fra Braathens og om mulig drive Braathens ut av markedet.

Bare på ett år, fra 1998 til 1999, økte SAS sin ASK (tilbudte setekilometer) med 21 prosent, Braathens med 15 prosent. 1999 ble derfor et godt år for flypassasjerene i norsk luftfart, med høy frekvens på relasjonene, beskjeden prisvekst på normalprisene, gunstige storkundeavtaler og en flom av rabattbilletter. SAS gikk inn på Braathens tidligere monopolruter mellom Oslo og Kristiansand og mellom Oslo og Ålesund, mens Braathens startet flygninger mellom Oslo og Haugesund. Nettopp på disse relasjonene ble overkapasiteten størst og kampen hardest. Fra 1998 til 1999 ble for eksempel antall avganger mellom Ålesund og Oslo nesten tredoblet. På hovedrelasjonene i Sør-Norge i 1999 gikk flyene i stri strøm. På den mest trafikkerte strekningen mellom Oslo og Trondheim gikk det opptil 40 avganger på en vanlig hverdag. Kapasitetsøkningen var minst på rutene i og til/fra Nord-Norge.

Etterspørselsøkningen var på langt nær stor nok til at flyene kunne fylles. SAS økte sitt salg med beskjedne 2,5 prosent og Braathens sitt med sju prosent i 1999. Resultatet var at kabinfaktoren stupte til 53 (SAS) og 52 (Braathens), Color Air hadde enda lavere kabinfaktor. Alle tre selskapene drev med store tap. Da Color Air kastet inn håndkleet 27. september 1999, ble dette signalet til de to gamle rivalene om gradvis å redusere tilbudet.

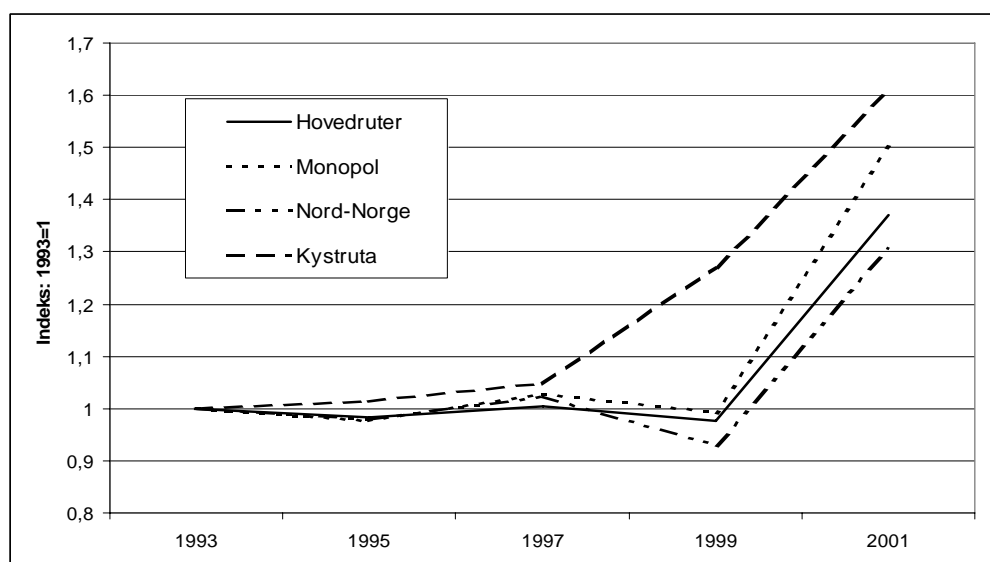
Det var imidlertid ikke snakk om noen dramatisk og hurtig reduksjon, fordi ingen av selskapene var villige til å oppgi viktige posisjoner. Braathens trakk seg ut på ruten Oslo – Haugesund, for øvrig ble ”ostehøvel” – prinsippet brukt på de fleste relasjoner. Selskapenes produksjon for 2001 var om lag 10 prosent lavere enn i toppåret 1999, altså fortsatt på et betydelig høyere nivå enn i 1998. Trafikken økte noe i 2000, men har gått ned i 2001 (ca – 6 %) og 1. halvår 2002 (-10 %).

2.3 Priser, rabatter, bonussystemer og storkundeavtaler

Før liberaliseringen innenlands 1. april 1994 ble priser og rabatter fastsatt av Samferdselsdepartementet etter forslag fra selskapene. Prisene var altså regulert og like for begge selskapene. Etter liberaliseringen har selskapene hatt full anledning til å fastsette sine egne priser og rabatter. I virkeligheten har SAS og Braathens fortsatt å tilpasse sine priser til nøyaktig samme kronebeløp for samme produkt. Prisene og rabattene har derfor vært identiske også i hele perioden etter liberaliseringen. Unntaket her er Color Air, som hadde sitt eget prissystem basert på lave envegs priser og mindre prisdifferensiering.

Det er sannsynlig at dette systemet har virket stabiliserende på prisene. Dersom ett av selskapene senket sin pris eller endret sine rabattbetingelser, fulgte det andre selskapet nærmest automatisk etter. Begge selskapene har derfor vært klar over at de ikke fikk noen konkurransemessige fordeler framfor det andre selskapet dersom de senket prisene. Motivet for prisnedsettelse og bedre rabatter har derfor vært å stimulere etterspørselen, spesielt i perioder med liten trafikk. Det kan også tenkes at systemet har virket begrensende på lysten til å øke prisene, fordi begge selskap måtte tilpasse seg til konkurrenten.

Normalprisene har da også fulgt prisstigningen fram til 1997 (figur 2.3). For 1999, da tilbudet var på topp og konkurransen hardest, sank realprisene noe på de fleste relasjoner. Braathens økte prisene på sine kystruter, der de stort sett var alene og lønnsomheten var svak. Color Airs konkurs høsten 1999 førte til innskrenkninger i tilbudet og høyere priser. Nå skulle det tapte tas igjen. Prisøkningen har vært størst på kystruta og de ”gamle” monopolrutene i Sør-Norge og minst på hovedrutene mellom Nord- og Sør-Norge.



TØI rapport 586/2002

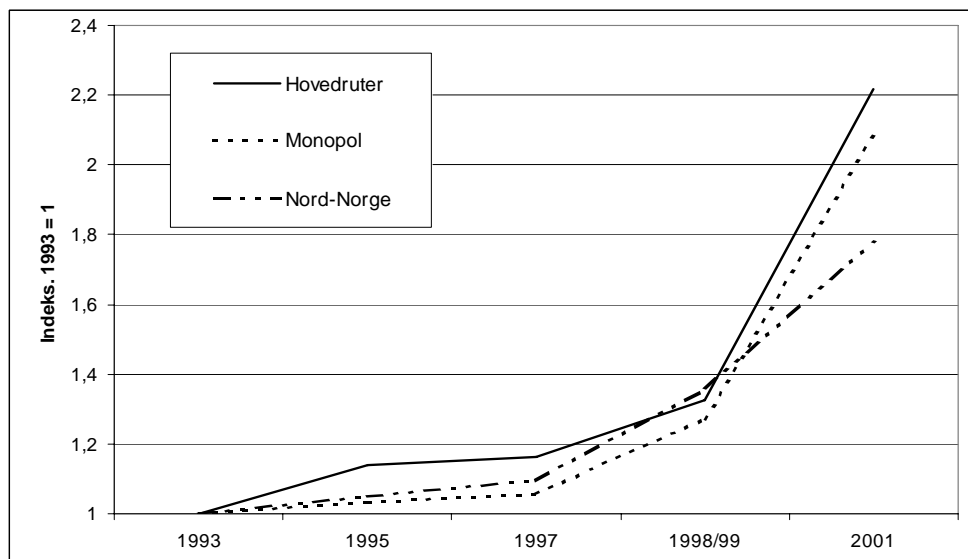
Figur 2.3: Realprisutvikling for normalprisene på fly. 1993 – 2001.

Hovedruter = Oslo – Stavanger/Bergen/Trondheim. Monopol = Oslo – Kristiansand/ Haugesund/ Mørebyene. Nord-Norge = Rutene mellom Oslo og Nord-Norge. Kystruta = Alle relasjonene på kysten mellom Kristiansand og Tromsø. Priser pr august, 2001: november.

Prisene på rabattbillettene har økt noe mer enn normalprisene, men utviklingsmønsteret er ellers ganske likt med en sterk økning etter 1999 (figur 2.4). Rutene mellom Nord-Norge og Oslo har hatt lavest prisstigning. Vi tar her utgangspunkt i den mest brukte rabatttypen² som høsten 2001 gikk under navnet Braathens Apex og SAS Pleasure Saver. Den har gjennom tidene hatt skiftende navn, blant annet avhengig av selskap. Betingelsene er først og fremst knyttet opp

² Det finnes en mengde ulike rabatter, og rabattformene har vært under stadig endring. Til hver rabattform er det knyttet restriksjoner av ulike typer. De viktigste gjelder hvilke perioder og dager reisen kan foretas i, når bestillingen kan foretas, hvilke restriksjoner som gjelder for avbestillinger og endringer, om billetten er forbeholdt visse grupper (for eksempel ungdom, studenter) etc. Barne-, ektefelle- og honnørrabatt er knyttet opp som en fast prosent av normalprisen.

til at det gjelder en tur/retur reise med samme selskap, en må være borte helgen mellom lørdag og søndag (de to siste årene alternativt helgen mellom fredag og lørdag), billetten kan kjøpes senest sju dager før avreise og kan ikke avbestilles eller endres. Mens prisen på denne rabatten var ca 1/3 av normalprisen midt på 90-tallet lå den i 2001 på ca 45-47 % av normalprisen. En grunn til økningen kan være passasjeravgiften på 256 kr tur/retur som ble lagt på alle flyreiser, uansett pris, i perioden 1.4 2001 – 1.4 2002.³



TØI rapport 586/2002

Figur 2.4: Realprisutvikling for apex rabattpriser på fly. 1993 – 2001.

Hovedruter = Oslo – Stavanger/Bergen/Trondheim. Monopol = Oslo – Kristiansand/ Haugesund/ Mørebyene. Nord-Norge = Rutene mellom Oslo og Nord-Norge.

Da SAS og Braathens opererer med de samme priser og rabattbetingelser, går konkurransen mellom selskapene på andre områder, først og fremst på områdene storkundeavtaler, bonussystem, frekvens og service. De første årene etter dereguleringen var storkundeavtalene av begrenset omfang, både i antall og grad av rabatter. De siste årene har imidlertid kampen om storkundene hardnet kraftig til. Også deler av ruteøkningene skyldes at et landsdekkende rutenett har vært nødvendig for å kunne dra i land viktige storkunder.

Steen og Sjøgaard (2000) oppgir at noen større kunder kan ha fått opp mot 50 prosent rabatt på normalprisen, inkludert alle normalprisens fordeler for øvrig. En regner med at de to selskapene til sammen nå har om lag 300 storkundeavtaler. Avtalenes innhold og rabattgrad varierer selvsagt. Likevel kan vi med enkle forutsetninger beregne at normalprisen må økes med anslagsvis 13 % for å kompensere

³ Fra 1.4 1995 ble det lagt en særlig ”miljøavgift” på flyreiser fra Oslo til Kristiansand, Stavanger, Bergen og Trondheim. Også reiser til utlandet er blitt pålagt en avgift. Pga innvendinger fra ESA måtte avgiften legges på alle flygninger, inntil den ble fjernet.

for inntektstapet som følge av storkundeavtalene.⁴ Taperne er forretningskundene fra selskaper som er for små til å forhandle seg fram til avtaler og privatkunder.

Storkundeavtalene har ikke bare betydning for forretningsreisemarkedet, men indirekte gjennom bonussystemene har de også betydning for privatreisemarkedet. Dersom arbeidsgiver forplikter seg til å bruke ett av selskapene, vil de fleste arbeidstakerne også velge dette selskapet på private reiser på grunn av at det er her vedkommende samler sine bonuspoeng. Dette styrker egen bonuskonto og gir økte muligheter for uttak av poeng. Selv om mange har bonuskort i to selskaper, er det likevel grunn til å tro at de fleste vil konsentrere poengopptjeningen til ett av kortene. Bare hver femte forretningsreisende på stamrutene var uten bonuskort. Av dem som hadde bonuskort, oppgav nær 40 prosent at bonuskortet hadde betydning for valg av selskap (Rideng og Denstadli, 1999). Betydningen av bonuskortet er neppe blitt mindre etter 1998.

2.4 Avslutning

SAS har nå overtatt Braathens og vi har hatt katastrofen 11. september i New York. Etter dette har flytrafikken innenlands falt mer enn utenlandstrafikken. Redusert tilbud, høyere priser og færre rabattbilletter la en klar demper på reiselysten de siste måneder av 2001. Flytrafikken i Norge er derfor i øyeblikket inne i en meget turbulent periode, der utsiktene for de nærmeste årene er svært usikre. I Norge inntreffer altså denne situasjonen samtidig med at vi får en operatør som har monopol på det innenlandske stamrutenettet. Kapittel 8 gir en beskrivelse av utviklingen det første året etter at det ble kjent at SAS ville overta Braathens.

⁴ Hvis vi antar at 40 % av businessmarkedet får 40 % storkunderabatt, pleasure- og businessmarkedet er like store og ”pleasurebillettene” er 40 % av normalpris, må normalprisen økes med 13 % for å kompensere for inntektsbortfallet som følge av storkundeavtalene.

3 Kostnader og lønnsomhet på stamrutenettet

3.1 Kostnadsstruktur - generelt

Som bakgrunn for utforming av scenarier, er det nyttig med en oversikt over kostnads- og lønnsomhetsforhold i stamrutenettet. I flydrift er det vanlig å skille mellom kostnader som kan henføres *direkte* til flyoperasjonene og varierer med disse og *indirekte* kostnader som ikke påvirkes av endring i flytype og flybruk (antall flybevegelser og deres lengde). I praksis er det imidlertid vanskelig å fordele kostnadene funksjonelt, da alle selskap har avdelinger som yter fellestjenester som f.eks stasjonskostnader og administrasjon av flyoperasjoner og vedlikehold. På den annen side fins det et leiemarked for en del slike tjenester, f.eks for handling og vedlikehold. Prisene på dette leiemarkedet kan benyttes til å fordele kostnader som for selskapene på kort sikt er felleskostnader, ut på de enkelte flyoperasjoner.

De direkte flyoperative kostnader deles ofte i variabel og fast del. Skillet mellom fast og variabel del, avhenger av hvilket *tidsperspektiv* man anlegger. Doganis (1993) hevder at begrepet "escapability" står sentralt i distinksjonen mellom kostnadsarter, dvs hvor raskt kan flyselskapene kvitte seg med ulike kostnader. På kort sikt må store deler av kostnadene betraktes som faste: f.eks kapital bundet i fly og anlegg og fast lønn til fast ansatte. Da blir variable flyoperative kostnader utlegg som er direkte avhengig av en konkret flygning og som opphører å påløpe når denne sløyfes. Dette er utlegg til drivstoff, diett og overtidsbetaling for mannskapet, tekniske kostnader som avhenger av landing og flytid, avgifter, matservering og handlingstjenester. På noe lengre sikt vil også kapital bundet i fly, lønn til ansatte og stasjonskostnader betraktes som variable kostnader som avhenger av produksjonsomfanget slik det gjøres i TØIs kostnadsmodell (Lian m fl 1993). Samtidig er det klart at det kan ta noe tid å blitt kvitt disse siste kostnadene når produksjonen reduseres (jfr turbulensen knyttet til oppsigelse av bakkepersonalet i Braathens).

Kostnadsartenes relative størrelse vil bli avhenge av flyselskapets størrelse, rutestruktur og om tjenestene er innleid eller drevet av egen fast stab. Agentprovisjon er ikke regnet som kostnad, men som inntektsreducerende faktor. Tabell 3.1 gjenspeiler norske forhold, skjønnsmessig fastsatt. Det kan imidlertid være store variasjoner mellom flyselskaper (se avsnitt 3.4).

Tabell 3.1. Kostnadsstruktur i flydrift. Prosent.

Variable direkte kostnader	50	Faste direkte kostnader	28
Drivstoff	12	Kapital, avskrivning, forsikring	13
Linjekostnader (kost, losji)	2	Lønn flymannskap og crewadm.	11
Teknisk, vedlikehold	4	Adm. av teknisk og vedlikehold	4
Avgifter	22		
Handling og passasjerbetjening	10		
		Indirekte kostnader	22
		Stasjons-, bakke og passasjertjenester	4
		Salg- markedsføring	6
		Andre administrative kostnader	12

TØI rapport 586/2002

3.2 Kostnadsmodell - variasjon etter hopplengde

Vår kostnadsmodell tar utgangspunkt i kostnadene og deres variasjon med flydistanse (heretter kalt hopplengde). Modellen ble utviklet i 1992 og oppdatert i forbindelse med dette oppdraget. Bakgrunnen for at hopplengde fokuseres er at både kostnader og priser er sterkt *avstandsdegressive*, dvs at kostnad og pris pr km synker med hopplengden. Det er to sentrale poeng i en slik vurdering. Det første er om variable kostnader fordeles etter flytid eller pr landing. Jo flere kostnadsposter som fordeles pr landing, jo mer avstandsdegressive vil kostnadene også være. For de fleste kostnadsarter er fordelingen gitt. Handling, seteavgifter og landingsavgift regnes pr landing, mens linjekostnader, underveisavgift regnes pr flytime. For noen kostnadsarter vil en kombinasjon i utgangspunktet være naturlig, f eks drivstoff og tekniske kostnader. Kostnadsforutsetningene er kvalitets-sikret av selskapene og er gjengitt i vedlegg 2.

Det andre poeng er at selve flyutnyttelsen, flytimer pr dag, varierer med hopplengden. Grovt sett tar det minst 30 min å tømme og klargjøre et fly for avgang ved endestasjon. I Oslo er det som regel regnet noe lenger tid før flyet går ut igjen. Videre går en del av selve rutestipulert flytid (ca 10 min) til taxing før/etter landing bort. Dermed blir ren flytid fra flyet letter til det lander (Air Borne Hours = ABH) tilsvarende redusert.

Vi har i våre beregninger antatt at i gjennomsnitt 40 minutter går bort ved hver landing. Dette gjelder hopp mellom 300 km og 600 km. For hopp under 300 km forutsetter vi 30 min bakkeopphold, mot 45 min på hopp over 600 km. I tillegg har vi antatt at samlet driftsdøgn er 12 timer. Dette kan virke noe lavt. Bakgrunnen for anslaget er vanskene med å oppnå full utnyttelse av flyene midt på dagen og sent på kvelden fordi flyparken er dimensjonert etter trafikktoppene morgen og kveld. I tillegg utføres noe vedlikehold på dagtid.

Med en ren flytid på 32-33 min som til Bergen, vil et fly rekke 10 enkelturer i løpet av en dag. Dette gir en beregnet årlig flyutnyttelse på drøyt 1950 timer. Både hopplengden og utnyttelsen er på linje med gjennomsnittet for Braathens SAFE. Med en ren flytid på 101 minutter som til Tromsø, får vi en flyutnyttelse på drøyt 2900 timer pr år eller ca 8 timer pr dag. SAS-konsernet har i gjennom-

snitt en hopplengde på 1100 km, men en flyutnyttelse på under 7 timer pr dag, altså en lavere utnyttelse enn i vår modell. På den annen side har SAS alltid ligget relativt høyt mht enhetskostnader (per setekm).

Når prisene ikke alltid følger hva den avstandsdegressivitet kostnadsmodellen ”foreskriver”, kan dette ha sammenheng med regionale kostnads- og avgiftsforskjeller. Mer viktig er nok variasjoner på inntektssiden i forhold som kabinfaktorer, rabatter og avkorting pga gjennomgangsbilletter (avsnitt 5.3) og markedsvurderinger. Tas det hensyn til dette, vil modellen være et godt utgangspunkt for å vurdere lønnsomhetsforskjeller på de enkelte ruter, basert på hvordan driftsbedingungen varierer på korte og lange ruter. Selv om selskapene kan se hele rutenettet under ett og benytte flyene på flere ruter for å få antall rundturer til å gå opp, beskriver modellen likevel et standardisert kostnadsbilde på de aktuelle relasjoner.

3.3 Inntektsforhold

Inntektssiden er i stor grad bestemt av markedsforholdene, dvs kundenes betalingsvillighet og konkurransesituasjonen. Et marked som har gode alternativer til flytransport og mange flyselskaper som konkurrerer, vil normalt ha lave priser. Inntekten bestemmes av antall passasjerer multiplisert med gjennomsnittlig billettpris. Med en gitt normalpris er det tre forhold som påvirker inntektene:

- kabinfaktoren
- rabatter
- avkorting på gjennomgangsbilletter (proratering)

Samtidig vil disse forhold også påvirke hvor høyt normalprisen settes. Hvis det f.eks er en høy rabattandel, enten pga bedriftsavtaler eller et høyt innslag av fritidsreisende uten andre alternativer, vil selskapet søke å sette normalprisen høyt nok til å kunne ta hensyn til dette.

Kabinfaktoren

varierer mellom ulike markeder. Innenlands ligger den på 55-65 %, mens den er rundt 65 % på Europarutene og 75 % på interkontinentale ruter. Kabinfaktoren er en funksjon av passasjergrunnlag, tilbudt kapasitet, billettpris og hvor flinke selskapene er til å fylle flyene ved utforming av rabattsystemet. Selskapene beregner kabinfaktoren på basis av betalende passasjerer.

Rabatter

Rabattbruken varierer med reiseformål. I følge reisevaneundersøkelser på fly 1998 benyttet bare en av fire tjenestereisende rabatt, mens fem av seks fritidsreisende gjorde det (Rideng 1999).

Avanserte edb-baserte systemer styrer tildelingen av de ulike billettkategorier etter erfaringskvoter og tidsavstand til flyavgang (yield management). Ved overkapasitet og utstrakt rabattering er det en viss fare for at også passasjerer som normalt ville ha betalt full pris tilpasser seg til rabattene.

Rabattering påvirker inntektene både ved andelen som benytter rabatter og ved rabattens størrelse, dvs prosentvis avslag i forhold til normalpris. Innenlands ligger miniprisen på omtrent 62-64 % av normalpris, mens apex ligger på 44-47 % og superapex på 37-40 %. Også i forretningsreise-segmentet gis det rabatter gjennom storkundeavtalene (se kapittel 2).

Det har i de siste 20 år vært en økende tendens til rabattering. Innenlands er gjennomsnittlig billettpris sunket fra 88 % av normalpris i 1982, til 76 % i 1987 og 70 % i 1992 (Stabæk 1988 og egne beregninger). Etter dereguleringen og åpningen av hovedflyplass på Gardermoen økte rabattandelen ytterligere. Den er nå på vei ned etter den kapasitetsjustering som har funnet sted etter at Color Air gav seg.

Rabattandelen varierer med ruteområde og passasjersammensetning. Lavest har rabattandelen vært på typiske "oljeruter" til Stavanger og Bergen. Høyest har andelen vært til Møre og på "fritidsrutene" til Nord-Norge hvor alternative reisemuligheter er dårlige. På utenlandsrutene er rabatter mest utbredt til typiske feriemål.

Avkorting av billettinntekter på gjennomgangsbilletter påvirker inntektene ved:

- andelen på den enkelte flight som har gjennomgangsbillett
- inntektsbortfallets størrelse i forhold til samlet billettpris på de "enkelt-leg" som inngår i hele reisen
- prinsippet for fordeling av inntekter på de enkelte "leg"

Innenlands har de to siste punktene vært bestemt av myndighetene. Prinsippet var lik pris for samme reiseavstand uansett rutestruktur og flybytte. Etter dereguleringen har selskapene stått fritt til å sette prisene. Det har det vært en tendens til at kostnadskrevende flybytter for å betjene destinasjoner på stamrutenettet i Finmark har hatt sterk prisøkning. I forhold til Widerøe har SAS og Braathens vært forpliktet til å betale Widerøe 80% av deres lokaltakst. I Nord-Norge kan dette for SAS utgjøre 15-25 % inntektsbortfall pr gjennomgangspassasjer, alt etter hvor passasjeren kommer fra og skal til.

Avkorting/proratering er mest utbredt på rutene til Nord-Norge. Her gjelder det både reisende som reiser videre med Widerøe og reisende som skal til Bergen, Stavanger eller utenlands. På utlandsrutene er det særlig ruta Oslo-København som har mange gjennomgangsreisende. To av tre reisende skal videre til et annet land. Utenlands bestemmes inntektsfordelingen av "Interline-avtaler" mellom selskapene. Fordelingen kan f eks skje på basis av prisene på hver enkelt delstrekning.

Alt i alt medfører rabattering og proratering til at gjennomsnittlig billettpris ligger på 60-80 % av normalpris. Med en kabinfaktor på 60 % betyr dette at normalprisen må være 2-3 ganger høyere enn produksjonskostnaden pr sete for at selskapene skal gå i balanse⁵. Dette illustrerer for øvrig kostnadsbildet mellom rutetrafikk og chartertrafikk.

⁵ Belegg på 60 % og en snittpris på 60 % av fullpris, gir inntekter på 36 % av inntekten om alle setene var belagt med fullprispassasjerer ($0,6 * 0,6 = 0,36$). Hvis normalprisen er $1/0,36 (=2,78)$ ganger høyere enn setekostnaden, dekkes kostnadene akkurat.

3.4 Kostnadsforhold

Det er mange forhold som påvirker kostnadsnivået og de enkelte kostnads-komponenter: flystørrelse, flyselskapets størrelse og profil, produksjonsbredde (economies of scope) mv. Selv om større fly er billigere i drift pr setekm enn små, vil hopplengde og markedsvolum bestemme hvilke flytyper som er aktuelle på de ulike relasjoner.

Store selskap kan ha fordel i forhold til små selskap på visse komponenter som innkjøp av fly og stasjonskostnader (fordeles på flere flybevegelser). Små selskap kan ha fordel på enklere administrasjon og salgsapparat, lønninger og arbeidsforhold. Store selskap har sine fordeler særlig på markedssiden (se avsnitt 1.2) og ikke på kostnadssiden. Vel så viktig som størrelse, er nok hvilket service- og driftskonsept selskapene satser på. Doganis (2001) har prøvd å kvantifisere kostnadsforskjellene mellom de etablerte selskapene og typiske lavkostselskaper. Lavprisselskapene kan ha kostnader som er under halvparten av kostnadene til selskap som retter seg mer mot forretningsmarkedet (i eksempelet i tabell 3.2 er kostnadene 43 %).

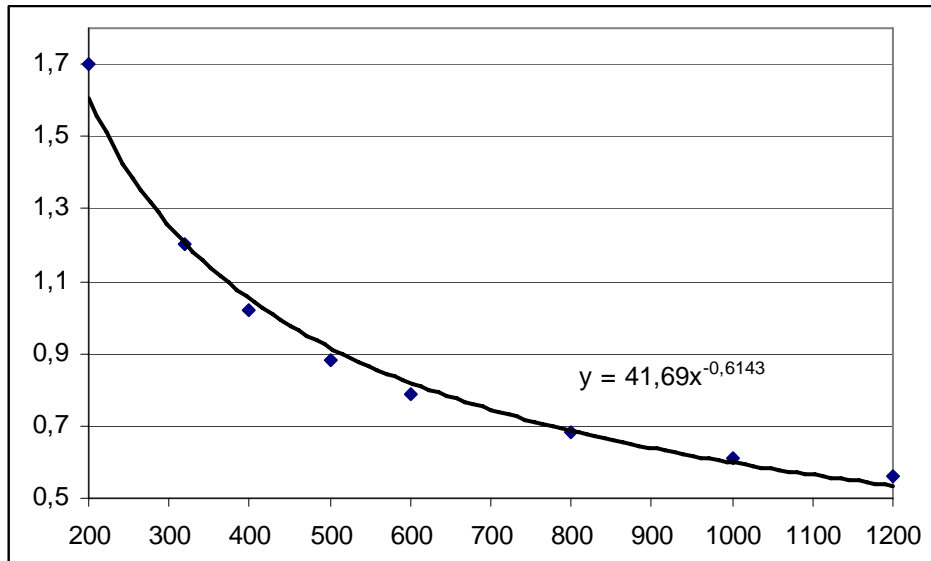
Tabell 3.2 Kostnader for lavkostselskaper i forhold til vanlige flyselskaper.

Kostnadskomponent	Prosent kostnadsreduksjon
Antall seter i flyet	16
Flere flytimer pr fly	3
Lavere lønn, mindre besetning	3
Billigere sekundærflyplasser	6
Mindre stasjonskostnader	10
Ikke gratis servering på flyet	6
Ingen reisebyråkommisjoner	8
Lavere distribusjonskostnader	3
Mindre administrasjon	2
Totalt	57

TØI rapport 586/2002

Nettverkseffekter på kostnadssiden består i hovedsak i utnyttelse av stasjons- og salgsapparat, men motvirkes av et inntektsbortfall som følge av lave gjennomgangspriser ved flere hopp. Fordelen ligger først og fremst på markedssiden.

Ved sammenlikning av flyselskapers produktivitet er det viktig å ta hensyn til deres gjennomsnittlige *hopplengder*. SAS oppgir selv i sin egen årsberetning at de ligger noe over kostnadskurven til gjennomsnittet av europeiske selskaper, men så lenge markedssituasjonen gjør det mulig å skaffe tilsvarende høyere inntekter er ikke dette nødvendigvis et problem. Med utgangspunkt i kostnadsmodellen, basert på norske kostnadsforhold, har vi funnet følgende normtall for kostnader pr setekm:



TØI rapport 586/2002

Figur 3.1 Kostnader (kr) pr setekm etter hopplengde (km)

SAS årsberetning for 2000 oppgir yield til 1,38 SEK/ RPK, som tilsvarer 0,79 NOK / ASK. Braathens hadde en yield på 1,58 NOK/RPK, dvs 0,89 NOK / ASK. Dette er temmelig nær det kostnadsmodellen kommer fram til for en hopplengde på 500 km, og svært nær regresjonskurven i figur 3.1. Ut fra hopplengde "burde" Braathens ligge om lag 40-45 % over SAS' enhetskostnader, mens de ligger "bare" ca 12-13 % over. Det vil si at Braathens ligger ca 22 % under SAS når det korrigeres for gjennomsnittlig hopplengde. Ryanair ligger om lag på det halve av SAS, til tross for kortere hopplengde (Luftfartsverket 2001). Det faktum at drivstoffutgiftene utgjør 22 % av kostnadene for Ryanair mot 10 % for SAS Airline støtter denne konklusjonen.

Tabell 3.3 gir nøkkeltall for utvalgte flyselskap. De største har interkontinental trafikk og tilsvarende lange hopplengder og lave enhetsinntekter. De tre største amerikanske selskapene er klart størst i alle henseender. De er om lag 50 % større enn de tre største europeiske selskapene. Ellers ser vi at de tre selskapene British Midland, Braathens og Ryanair har ganske like hopplengder og lik produksjon, men det er relativt store forskjeller i inntektene (og dermed også kostnadene). Braathens ligger midt mellom ytterpunktene.

For å kunne sammenlikne priser og kostnader mellom land, bør mange forhold trekkes inn i analysen. De viktigste kostnader er lønns- og avgiftsnivå, hopplengde og flyutnyttelse. På inntektssiden bør kjøpekraft (pariteter) og ulike former for inntektsavkorting (rabatter, gjennomgangsbilletter) trekkes inn. En grundig analyse krever en datainnsamling utover rammen her.

Flybransjen har fra starten av hatt et eksklusivt preg. Service, bedriftskultur og lønnsnivå har reflektert dette. Store eldre selskap har på dette punkt en større historisk arv å slite med enn små. Nye lavkostselskap har mindre bemanning og administrasjon og lavere service rett og slett fordi de tilbyr et enklere produkt. En nedgradering av bransjens status vil sette press på de etablerte selskaps kostnadsmessige etterslep mht bemanning og lønns- og arbeidsbetingelser.

Tabell 3.3 Nøkkeldata for utvalgte flyselskap 2000.

Flyselskap	Inntekt million \$	Drifts- margin %	RPK million	Kabin- Faktor (%)	Pax Million	Ansatte	Fly	Hopp- lengde
United Airlines	19352	3,4	204273	72	84,5	98400	620	2417
American Airlines	19703	7,0	187501	72	86,3	93000	729	2173
Delta Air Lines	16741	9,8	173593	73	105,7	73700	596	1642
Southwest Airlines	5650	18,1	67966	71	63,7	29274	357	1067
British Airways	13700	4,1	116674	72	36,2	62844	263	3223
Air France	11148	3,6	93355	78	42,4	56246	235	2202
Lufthansa	14014	9,7	88608	75	41,3	38094	234	2145
Swissair	9616	-16,0	35918	73	15,1	7299	76	2379
KLM	6319	4,0	60047	80	16,1	30253	97	3730
SAS	5185	7,8	22647	67	23,2	21820	157	976
Alitalia	4968	-9,7	41433	72	26,7	23478	145	1552
Iberia	4136	1,5	40049	74	24,5	26814	164	1635
Finnair	1601	6,4	17534	66	7,4	8974	57	2369
British Midland	1091	6,5	4063	63	7,1		45	572
Braathens	766	4,0	3797	57	7,1	4579	33	535
Ryanair	442	23,4	4656	70	7,0	1467	36	665
Icelandair	433	0,5	3932	72	1,4		11	2809
Maersk Air Group	423		2577	59	1,6		22	1611
EasyJet	410	8,4	4730	81	5,6	1140	19	845

Kilde: Airline Business sept 2001:

3.5 Lønnsomhet på stamrutenettet

Beregningene i dette kapitlet er basert på TØIs kostnadsmodell og opplysninger på rutenivå fra Luftfartsverket og flyselskapene om kabinfaktorer og fullprisandeler. Vi forutsetter at fullprisbilletter i snitt koster 85 % av normalpris, mens rabattbillettene koster i snitt 43 %. Lønnsomhetsberegningene må ikke oppfattes absolutt, da det kan være regionale forskjeller i kostnadsnivå. Dessuten påvirkes inntjeningen på konsernnivå også av andre forhold enn dem som inngår i våre beregninger. Videre kan selskapene ha andre betraktninger omkring direkte kostnader, kostnadenes variabilitet og fordeling av felleskostnader. Beregningene gir likevel en pekepinn på relative forskjeller i lønnsomhet mellom rutene forut for monopolsituasjonen og skulle derfor gi et brukbart grunnlag for å vurdere ruter som ligger utsatt til for prisøkninger / kapasitetskutt.

Vi tar utgangspunkt i første halvår 2001, men har blåst opp tallene til å gjelde hele året 2001. Braathens rapporterer om driftsunderskudd i første halvår 2001, men når vi ser bort fra nedskrivning av goodwill og utsatt skattefordel i Sverige, er driften omtrent i balanse. Det er ikke grunn til å tro at norsk innenriks skiller seg ut i forhold til dette. SAS med sin økte kabinfaktor var trolig tilbake i en minst like gunstig posisjon. På den annen side er kabinfaktoren fortsatt langt lavere enn den tradisjonelt har vært innenlands (60 mot 65 %). Problemene på slutten av 2001 bidro til redusert lønnsomhet. Vi har derfor justert modellen slik at driften går med et lite overskudd i 2001.

Tabell 3.4 Trafikk og overskudd på ruteområder innenlands 2001.

Rute	km	passasjerer	Kabinfaktor %	overskudd %
Hovedruter sør*	340	3600	57	13
Andre ruter sør	340	1500	53	-2
Kystruta	276	1600	56	-21
Oslo t/f nord*	1000	1500	61	20
Trondheim - nord	500	450	50	-5
Innen nord	300	570	63	-34
Totalt		9170	56	1

TØI rapport 586/2002

* Oslo – Stavanger, Bergen, Trondheim og Oslo – Bodø, Tromsø, Evenes.

Det er forskjell mellom Luftfartsverkets og selskapenes statistikk ved at de sistnevnte ikke teller med fribilletter eller bonusreisende.

Fullprisandelen er gjennomgående lavere hos Braathens enn hos SAS. Lønnsomheten er videre svakest der Braathens er tungt inne (Kristiansand, Ålesund, Molde, Kristiansund og kystruta). Hovedrutene fra Oslo, både i sør og til Nord-Norge synes å ha best lønnsomhet. Interne ruter i nord har tilsynelatende lav lønnsomhet.⁶

Det er videre ingen klar sammenheng mellom lønnsomhet og rutelengde. Både korte og lange ruter har lav lønnsomhet. Lønnsomheten synes derimot å henge sammen med kabinfaktoren. Kapasiteten kan imidlertid endres relativt raskt for å bedre kabinfaktoren og dermed lønnsomheten. Tabellen viser dermed til en viss grad et øyeblikksbilde.

Som oppsummering kan vi si at stamrutenettet i Norge har en rimelig rasjonell rutestruktur tilpasset markedets behov. Lønnsomheten er best på tunge ruter i Sør-Norge og hovedrutene mellom Oslo og Nord-Norge. Kystruta og stamruter i Nord-Norge har svak lønnsomhet. Disse rutene er derfor mest utsatt for rasjonalisering fra en monopolist. Dette vil danne et grunnlag for videre scenarier.

⁶ Kostnadsmodellen er basert på drift av jetfly i størrelsesorden 100-150 seter. Justeringer/tilpassninger til annet materiell gir usikre tall.

4 Teoretisk analyse av monopol og andre konkurranseformer

4.1 Innledning

I dette kapitlet vil vi se på det teoretisk-økonomiske grunnlaget for de ulike type-
ne markedsstrategier vi forventer å finne på luftfartsmarkedet. I første rekke er det
monopol, duopol og andre monopolliknende tilstander. Også teorien om contest-
able markets som framhever betydningen av trusselen om konkurranse, vil bli
gjennomgått fordi den har føringer på hvordan en monopolist vil kunne oppføre
seg. Dernest vil vi se på hvordan disse markedstypene passer for luftfarten gene-
relt og særlig etter dereguleringen av luftfarten i store deler av verden, belyst med
studier av markedsformer og prisdannelse i luftfarten i USA og Europa. Til slutt
vil vi se på hvordan de ulike markedsformene ser ut til å passe på det norske luft-
fartsmarkedet ved hjelp av teori og analogier til internasjonale erfaringer. Fram-
stillingen av teori bygger i hovedsak Johansen (1965), Friedman (1968), Baumol,
Panzar og Willig (1982), Bailey (1981), Tirole (1990), Oum, Zhang og Zhang
(1993), Bergman (1995) og Bach (2000).

4.2 Monopolteori

Monopol er en markedsform der det bare er én selger, men som regel mange kjø-
pere av en vare. I et frikonkurransemarked med mange selgere og kjøpere vil det
forhold at markedsdeltakerne ønsker å maksimere profitten (eller nytten) føre til
at produktprisen blir satt lik grensekostnad. Dette er egentlig et spesialtilfelle av
en mer generell betingelse som sier at profittmaksimering fører til at grense-
inntekten skal være lik grensekostnaden. Litt mer detaljert får vi:

Vi har at profitten, π er lik inntekt, R minus kostnad, C .

$$(2.1) \quad \pi = R - C = p(x) \cdot x - C(x)$$

Her er p pris og x er produktmengden. Prisen antas fra monopolistens synspunkt
å være en funksjon av tilbudt kvantum. Jo høyere tilbudt kvantum, jo lavere pris.
Førsteordensbetingelsen for profittmaksimum får vi ved å derivere mhp produkt-
mengden:

$$(2.2) \quad R' - C' = 0 \text{ eller}$$

$$(2.3) \quad p + p'(x) \cdot x = C'$$

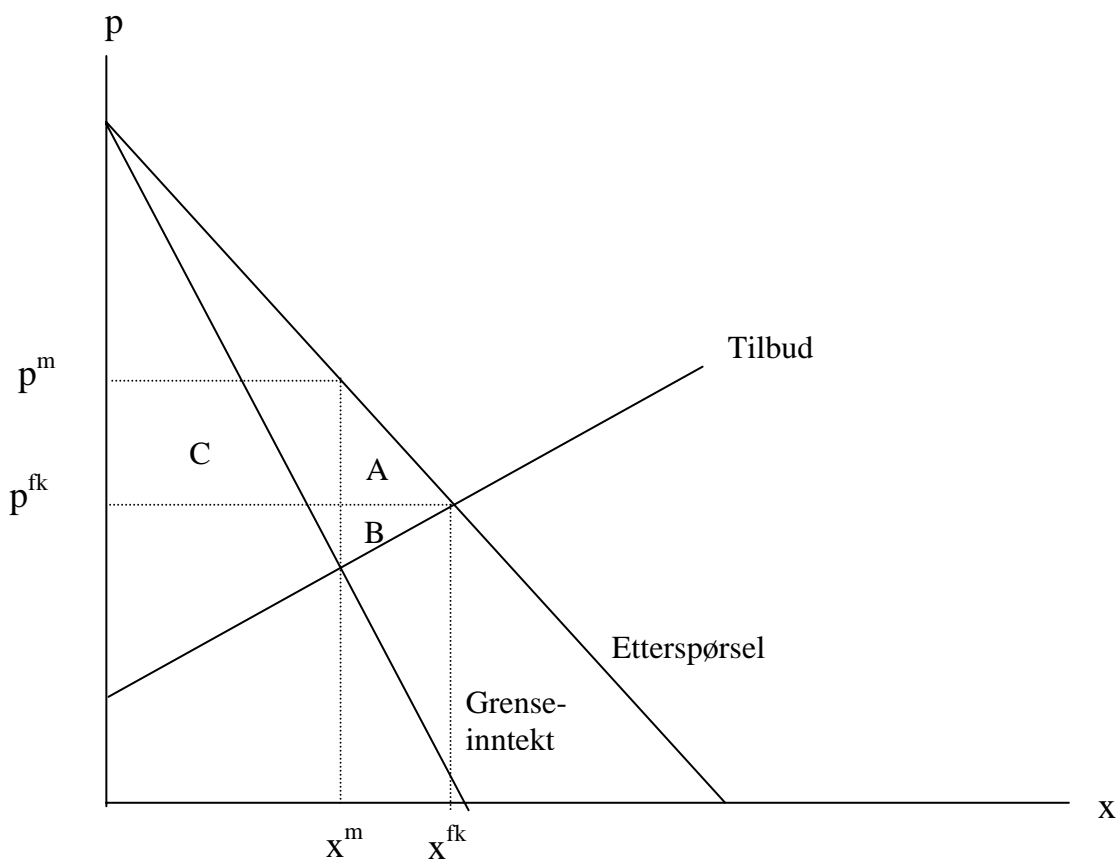
Det vil si at produktfunksjonen tilpasses slik at grenseinntekt blir lik grensekost-
nad. I frikonkurransetilfellet er grenseinntekten alltid lik p . Leddet $p'(x) \cdot x$ er det
som skiller (2.3) fra tilsvarende betingelse ved frikonkurranse. Dette leddet vil

være negativt ut fra forutsetningen om at prisen synker med økende kvantum. Grenseinntektskurven vil dermed ligge under etterspørselskurven og den prisen etterspørerne betaler vil være høyere og realisert kvantum lavere ved monopol enn ved fri konkurranse.

Figur 4.1 kan gjøre dette noe klarere. Tilbudskurven (grensekostnaden) er ofte uformet fordi enhetskostnadene faller i starten av produksjonen, mens den kan bli stigende ved stort volum, enten som følge av knapphet på ressurser eller pga sprangvis faste kostnader som påløper ved utvidelse av produksjonen. Under frikonkurranse finnes markedspunktet som regel i den stigende del av kurven, som vi for enkelthets skyld har formet som en rett linje.

Da prisen blir høyere og solgt produktmengde lavere ved monopol enn ved frikonkurranse, får vi et samfunnsøkonomisk effektivitetstap. Det kan vises at dette tapet tilsvarer arealet av trekantene A + B, der A er konsumentenes tap, og B er produsentens "tap" på at produksjonen er redusert. Dersom vi forutsetter at grensekostnaden er konstant, dvs ikke stiger med økende volum, vil B være lik null. Dette vil ofte være tilfellet ved naturlige monopoler.

Arealet C er økningen i produsentens fortjeneste som betales av den gjenværende delen konsumentene. Ved monopol lider altså både samfunnet og konsumentene et tap pga redusert volum og høyere priser, mens produsentene kommer bedre ut enn ved frikonkurranse.



Figur 4.1 Sammenlikning av monopol og frikonkurranse

Monopol kan oppstå av ulike grunner, som f eks:

- Kontroll med eller enerett til råvare
- Patent på produksjonsmetode
- Lovhjemlet enerett på produksjon/salg, privilegier, enekonsesjoner
- Historiske årsaker, oppkjøp av konkurrenter
- Stordriftsfordeler, naturlig monopol

En form for monopoler som forekommer relativt ofte i transportsektoren, er *naturlige monopoler*. En vanlig årsak til naturlige monopoler er at de faste kostnadene er svært store. Da vil enhetskostnadene som regel være fallende i hele mulighetsområdet, noe som er definisjonen på naturlig monopol. Imidlertid er det ikke avgjørende om kostnadene er faste, dvs ikke avhengige av produsert mengde, men at de er *ikke gjenvinnbare* ("sunk costs").

En ekvivalent definisjon på naturlig monopol (ved envareproduksjon, men kan generaliseres til flere varer) er at kostnaden ved å produsere en gitt produktmengde i ett foretak alltid er mindre enn summen av produksjonskostnadene når produksjonen er fordelt på to eller flere foretak. Dette kalles *subadditivitet*. Det kan da vises at det å sette pris lik grensekostnad, noe som blir resultatet ved frikonkurranse, gir negativ profitt. Det kan også vises at for at profitten ikke skal bli negativ, må prisen minst settes lik gjennomsnittskostnaden. Produsenter som opererer under frikonkurranse, vil ikke kunne overleve når pris settes lik grensekostnad, i hvert fall ikke uten subsidiering fra det offentlige. Et monopol vil derimot kunne fastsette prisen slik at det oppnås kostnadsinndekning.

Monopoler vil ha større mulighet for å drive *prisdiskriminering* enn produsenter med mindre markedsmakt. En monopolist står friere til å endre priser og tilbudt produktmengde, og kan også dra ut mer fortjeneste ved å få konsumenten til å betale mest mulig for akkurat den varianten av produktet som hun foretrekker. For å få utnyttet tilgjengelig kapasitet på en god måte over tid, kan monopolisten drive "peak-load pricing" som styrer den mest prisfølsomme delen av markedet fra tidspunkter med høy etterspørsel til tidspunkter med lavere etterspørsel. Det vil si at prisen er høyere når etterspørselen er høy og lavere ellers.

Også ved frikonkurranse vil produsentene gjerne drive produktdifferensiering for å skille seg ut fra konkurrentene. Prisdiskriminering og produktdifferensiering er på mange måter to sider av samme sak. Transportation Research Board konkluderte i 1991 med at dereguleringens effekter på priser i USA så langt var neglisjerbar, med unntak av at rabattfloraen var økt. Større prisforskjeller og redusert oversikt for konsumentene var resultatet (TRB 1991).

4.3 Teorier om duopol og oligopol

Ved duopol er det to foretak som produserer det samme produktet. Her vil foretakene tilpasse seg på ulike måter alt etter hvordan de tror at motparten vil reagere. Foretakene kan øke eller minske samlet profitt ved å oppføre seg som kartell (samarbeidspartnere) eller som konkurrenter. Samarbeidet kan være bevisst og

informert eller stilltiende og underforstått. Det siste vil si at begge duopolister observerer hverandres tilpasninger og tilpasser seg deretter.

Konkurranse/ samarbeid kan gå på pris eller kapasitet. Ved kapasitetskonkurranse vil markedsprisen ligge et sted mellom monopolprisen og marginalkostnaden (den såkalte *Cournot-løsningen*). Jo flere nye foretak som kommer inn på markedet, jo nærmere marginalkostnaden kommer man. Ved priskonkurranse vil prisen tilpasses grensekostnaden (*Bertrand-løsningen*).

Den siste løsningen er kanskje ikke særlig realistisk på lang sikt. Mer realistisk er det med en spillsituasjon hvor duopolistene møter hverandre ved ”gjentatte spill”. Dette er den typiske situasjonen i flymarkedet hvor kapasiteten og ikke minst prisen kan endres på kort sikt. Dette gir grunnlag for å lære hvordan den andre tilpasser seg slik at en kartelliknende situasjon med profitt til begge selskap i praksis oppstår uten at kartellet formelt er dannet.

I *Stackelberg-løsningen* forutsetter vi i motsetning til ovenstående at duopolistene tilpasser seg etter tur ved at vi har en *leder* og en *følger*. Først bestemmer lederen hvilket kvantum han vil tilby. Så bestemmer følgeren sitt kvantum. Lederen kan så justere sitt kvantum osv.

Spillene forutsetter imidlertid at det over tid skjer en pris- og kapasitetstilpasning mellom partene til felles beste. Markedslederen kan ut fra en forretningsstrategi om svært høy markedsandel eller et ønske om å drive den andre ut av markedet, tilby så høy kapasitet at begge går med tap. Følgeren kan da forsvinne ut av markedet eller reduseres til et nisjeselskap. Lederen kan imidlertid ha problemer med innkassere senere monopolgevinster dersom nye aktører kommer inn på markedet.

4.4 Contestable markets

Hypotesen bak teorien om *Contestable markets* eller ”konkurranseutsatte markeder” er at et marked kan fungere tilnærmet som et frikonkurransemarked selv om det bare er en eller et fåtall tilbydere på markedet dersom det eksisterer enn reell trussel fra potensielle konkurrenter. De eksisterende aktører forsettes da å fastsette pris og mengde slik at det ikke lønner seg for potensielle inntrengere å etablere seg.

For at et marked skal være fullstendig konkurranseutsatt må følgende tre betingelser være oppfylt:

1. Det må ikke være noen *barrierer mot inntreden*, f.eks i form av etableringskostnader eller andre ikke gjenvinnbare kostnader.
2. Det nyetablerte foretak må kunne selge hele sin produksjon før det etablerte foretaket rekker å senke prisen.
3. Det nyetablerte foretaket må også ha samme produksjonskostnader som det etablerte foretaket (mao fravær av stordriftsfordeler)

Ikke gjenvinnbare kostnader kan være ekstra reklamekostnader eller opplæring av personale. Store faste kostnader er ikke nødvendigvis et hinder for etablering. Det er bare tilfelle dersom de ikke er gjenvinnbare. Både etableringskostnader og

kostnader ved å trekke seg ut av et marked vil fungere som etableringshinder. Årsaken er at slike avviklingskostnader er noe en må regne med, siden det alltid er en viss risiko for at etableringen mislykkes.

Hvis disse forutsetningene er tilnærmedesvis oppfylt, vil det ikke lønne seg for en monopolist å følge en aggressiv linje med tap for alle parter, for å drive nye aktører ut av markedet. Det vil alltid dukke opp en ny utfordrer. På den annen side kan et rykte om aggressiv adferd være nok til å avskrekke nye aktører, særlig hvis etableringskostnadene likevel er av en viss størrelse. Nye aktører vil jo ikke kunne føre et samordnet angrep, men vil prøve seg en etter en, og også tape sin kapital en etter en. På den annen side kan monopolisten ved å holde lave priser også gi signal om lave produksjonskostnader og dermed kunne redusere sjansen for nye angrep. Slik sett kan potensiell konkurranse likevel ha effekt selv om få tror at teoriens forutsetninger er i særlig grad oppfylt i flymarkedet.

4.5 Regulering

Hovedproblemet med monopol er som vist at det produseres for lite og til en for høy pris. Dette innebærer et samfunnsmessig tap. I tillegg får produsenten profitt på bekostning av konsumentene. Andre ulemper kan være svakere produksjonseffektivitet og mindre vilje til å teste ut nye produkter i markedet. Et konkurransemarked vil være mer dynamisk enn et monopolmarked.

Vi har ulike typer av monopoler. *Naturlige monopoler* er samfunnsøkonomisk rasjonelle på grunn av stordriftsfordeler. Likevel kan det være behov for en viss beskyttelse eller subsidiering hvis produsenten kun klarer å oppnå pris lik marginalkostnad som ikke vil dekke gjennomsnittskostnadene. Dette kan skje hvis konkurrenter skummer fløten i spesielt lønnsomme delmarkeder eller tilbyr tilgrensende produkter (substitutter) som tar bort markedsgrunlaget for en tjeneste samfunnet ellers er tjent med.

En konsumentpris lik grensekostnadene gir som nevnt samfunnsøkonomisk best ressursutnyttelse, men som ikke dekker gjennomsnittskostnadene, er en vanlig begrunnelse for offentlig kjøp av transporttjenester. Et aktuelt grep kan også være å endre rammebetingelser slik at betingelsene for naturlig monopol opphører. Et eksempel er å skille drift av togtransporttjenester fra infrastrukturen for å redusere innslaget av faste kostnader.

Luftfarten kan neppe sies å være et naturlig monopol. Den sterke framveksten av nye selskaper med lavere kostnader enn de etablerte er en indikasjon på dette (se kapittel 3). Selv om monopol ikke er naturlige, trenger ikke skadevirkningene i form av lav kapasitet og høy pris, være framtrepende dersom forutsetningene for potensiell konkurranse er oppfylt. Ved *contestable markets* vil markedet ha tilnærmet ønskede frikonkurranse-egenskaper selv om vi har monopol. Myndighetenes rolle blir da å gjøre markedet konkurranseutsatt. Dette forutsetter at man tror dette er mulig og at man ikke ønsker å gå inn med direkte reguleringer. Aktuelle virkemidler er da:

- Bidra til å fjerne/reducere barrierer mot inn- og uttreden av markedet. Dette kan gjelde kostnader, deriblant offentlige avgifter, tilgang til infrastruktur og støttetjenester, lojalitetsprogrammer og –avtaler.
- Binde opp monopolistens tilbud når nye aktører prøver seg, slik at pris- eller kapasitetsdumping med sikte på å drive ut inntrengeren, ikke blir mulig.
- Annen aktiv anvendelse av konkurranselovgivningen (f eks vedrørende oppkjøp av konkurrenter, oppsplitting av monopoler).

Dersom en i stedet kommer fram til at ”contestable markets” ikke er en realistisk mulighet, kan myndighetene bli tvunget til å redusere skadevirkninger av monopol ved regulering og/eller å gå inn med offentlig kjøp der tilbudet blir for dårlig.

4.6 Testing av teoriene på flymarkedet

En stor del av diskusjonen rundt luftfartsmarkedet har dreid seg om i hvilken grad teorien om ”contestable markets” og dens forutsetninger passer for luftfarten. Betingelse tre om kostnadsstruktur må sies å være oppfylt. Betingelse en og to er i mindre grad oppfylt da det fins barrierer mot inntreden og flyselskap kan endre sin produksjon og priser på kort varsel.

Testen på om vi virkelig har ”contestable market” i luftfartssektoren er imidlertid om pris og tilbudt mengde på dette markedet er uavhengig av antall operatører. Det viser seg imidlertid at så godt som alle studier av det amerikanske innenriksmarkedet vi kjenner til, viser at jo flere selskap som er inne på et markedsområde, jo lavere priser. Her vil vi omtale noen, men det fins en god del flere referanser gjengitt i Bergman (1996) og Cooper (2001).

Morrison og Winston (1986) finner at de reisendes konsumentoverskudd (nettonytte) stiger med antallet operatører som *faktisk* konkurrerer på en rute. Effekten av *potensiell* konkurranse er til stede, men er mye lavere.

Oum, Zhang og Zhang (1993) har undersøkt 20 flyruter med utgangspunkt i Chicago, enten drevet som monopol eller av flere selskaper. De kommer som hovedkonklusjon fram til at adferden best beskrives av Cournot-løsningen, men at den ligger mellom Cournot- og Bertrand-løsningene. Det vil si at innslaget av konkurranse er tilstede og at prisen synker med antall aktører. De beregnet også at om man under ellers like vilkår går fra duopol til monopol, stiger prisene med rundt 17 prosent. Analysen viser også at oligopolister med høyest markedsandel oppfører seg mest aggressivt i konkurransemessig forstand (se avsnitt 4.4 om aggressiv monopoladferd og ”skremming”).

Et annet resultat er at det konkurreres mer på pris på lange ruter enn på korte ruter. Det har bl a sammenheng med at på lange ruter konkurrerer man også mot indirekte forbindelser via andre knutepunkt (huber). Den såkalte ”hub and spoke” – strukturen (nav og eike) er en fordel for de store operatørene. Mindre aktører som prøver å komme inn ved å holde lave priser, er i stor grad henvist til såkalte sekundærflyplasser rundt de store byene, eller til kortere flydistanser hvor ”hubbing” ikke er aktuelt (1-2 timer).

Bergmann (1996) hevder at en forsiktig sammenveining av resultatene av amerikanske undersøkelser indikere at prisene faller med 10 % om antall aktører øker fra en til to. Videre viser han til at fire av fem studier som testet effekten av potensiell konkurranse fra flyselskaper som allerede var etablert på flyplassen, fant ingen eller ubetydelig effekter.

Borenstein (1989) finner at dersom en eller to operatører dominerer på en flyplass, fører det til høyere priser for konsumentene. De store vil ha en fordel av å ha et bedre rutetilbud med større fleksibilitet og kortere omstigningstider. Dette er en form for nettverkseffekt som gir de store en markedsfordel som de tar ut i høyere priser. Eksistensen av bonusprogrammer og bookingsystemer som bare omfatter de store operatørene forsterker dette.

Bergmann refererer flere andre undersøkelser og konkludere med at det ikke er stordriftsfordeler på kostnadssiden ved nettverk utover de som kan oppnåes på en linje. Fordelene som kan utnyttes av selskapene ligger på markedssiden. Prisene kan ligge 10-20 % høyere på flyplasser som domineres av en aktør. Fordelene på markedssiden (flere frekvenser og destinasjoner) har imidlertid en verdi i samfunnsøkonomisk forstand i og med at kundene er villige til å betale en ekstra premie. På den annen side foretrekkes direkte flygninger der dette er mulig. Videre fører et ek-nav system til en høyere andel gjennomgangsreisende som gir inntektsbortfall på den enkelte delstrekning. Business-segmentet verdsetter både frekvens og direkte flygninger høyt.

Brueckner og Spiller (1991) mener å konstatere at de positive sidene ved ”hub and spoke” - strukturen helt eller delvis oppveies av negative indirekte virkninger for de perifere delene av nettverket. Disse påføres mer kostnadsøkning enn prisreduksjonen sentralt tilsvares med hensyn på samlet nettonytte for samfunnet.

På den andre siden fremholder Button (1996) at mulighetene er tilstede for at kostnadsstrukturen i europeisk luftfart kan være slik at det er en fordel med ”styrte” sammenslåinger for å sikre stabil likevekt med lønnsom drift. Årsaken er at det er en mulighet for at ikke fins noen pris som gir lønnsom drift med den eksisterende kostnadsstruktur. Fullstendig deregulering kan dermed føre til destruktiv konkurranse. Dette kalles for ”empty core - problemet”. Button trekker ingen klar konklusjon, men mener at en del betingelser for en slik struktur er tilstede i europeisk luftfart.

Consumer Federation of America er svært kritisk til utviklingen etter dereguleringen i amerikansk luftfart. Forskningsdirektøren, Cooper (2001) går til sterkt angrep på de store flyselskapene, som han mener har sterke tendenser til kartell-dannelser og for å skvise ut små og uønskede konkurrenter. Han mener at billettprisene har steget mye mer enn kostnadene, spesielt drivstoffprisene, skulle tilsi og at det drives utstrakt prisdiskriminering. Han konkluderer med at konsumentenes interesser må sikres ved at kongressen griper inn og sikrer at nettverksfordeler virkelig blir fordeler for forbrukerne.

Oppsummeringsvis kan en si at ut fra internasjonale erfaringer er det lite som tyder på at potensiell konkurranse (contestable markets) fører til at prisene i luftfartssektoren ligger i nærheten av de samfunnsøkonomisk optimale. Virkelig konkurranse ser ut til å være mye mer virkningsfullt enn potensiell. Cooper (op cit) sier det slik: ”.. one competitor in the hand is worth between three and six in the bush”.

USAs flymarked skiller seg fra Norge ved at markedet er større og flydistansene er lenger og mer egnet for ”hubbing”. Grunnlaget for konkurranse er dermed svakere i Norge, selv om de største norske rutene har et betydelig volum sett i europeisk sammenheng. Etter at fri konkurranse ble tillatt for innenlandske aktører fra april 1994, har både SAS og Braathens utvidet sine rutenett til å bli landsdekkende. Lian (1996) karakteriserte situasjonen de første årene som fredelig sameksistens. Steen og Sjørgard (2001) mener det har vært et tilnærmet priskartell mellom SAS og Braathens, spesielt på forretningsreisemarkedet. En har forsøkt å konkurrere på antall avganger og på gunstige avgangstidspunkter. Dette har ført til stor overkapasitet.

Ved åpningen av ny hovedflyplass på Gardermoen forsterket overkapasiteten seg, særlig som følge av kapasitetsøkning hos SAS. Dette er et eksempel både på at en er villig til å ta et tap for å bli kvitt en konkurrent og på avskrekking av potensielle framtidige aktører (avsnitt 4.3 og 4.4). Storkundeavtaler og bonusprogram knyttet passasjerene til ett selskap (se kapittel 2) og fungerer som etableringsbarrierer.

Nedtrapping av kapasitet etter at Color Air gikk inn, har gått sakte da verken SAS eller Braathens ville oppgi markedsandeler. Store tap førte til at SAS kjøpte Braathens og en monopolsituasjon oppsto. Kapittel 6-8 drøfter hva som kan skje framover, gitt at monopolsituasjonen opprettholdes, mens kapittel 5 beskriver utviklingen i konkurransesituasjonen i en del (europeiske) land.

5 Erfaringer fra andre land

Erfaringer fra andre land er et viktig grunnlag for å kunne formulere hva som kan skje i en monopolsituasjon i Norge. Vi har derfor gått igjennom tilgjengelig nyere internasjonal litteratur som beskriver resultatet av endringer i luftfartspolitikken med særlig vekt på dereguleringen i Europa på 1990-tallet. En sentral kilde har vært det britiske luftfartsverkets omfattende studie av virkningene de første fem år etter introduksjonen av dereguleringen av det europeiske markedet tidlig på 1990-tallet i form av EUs tredje luftfartspakke (Civil Aviation Authority, 1998). En annen sentral kilde er en svensk studie (Luftfartsverket 2001) som også gir beskriver utviklingen i andre land. Forøvrig vises det til amerikansk empiri i kapittel 4.

5.1 Generelle erfaringer i Europa

Selskapsstrukturen endret seg noe, men ikke dramatisk fra 1992 til 1997. På innenriksmarkedet er få nye selskaper kommet til. De nasjonale selskapers andel av rutemarkedet ble imidlertid redusert fra slutten av 1992 til slutten av 1997 (Civil Aviation Authority, 1998). For innenriksrutene falt disse selskapers andel i gjennomsnitt i Europa fra 75 % til 62 %.

Det har vært en klar utvikling mot økt konkurranse på *innenriksrutene* i EU. Andelen ruter med to eller flere aktører har økt fra 10 % i 1992 til 19 % i 1997. Tar vi utgangspunkt i antall avganger var de tilsvarende andeler økt fra 26 % i 1992 til 48 % i 1997. Antallet ruter økte også i perioden (fra 750 til 830 ruter med minst en avgang per dag).

Ser vi på alle ruter innen EU, også internasjonale ruter, er bildet omtrent det samme. I juli 2000 ble nær 58 % setene tilbudt på ruter der det er to eller flere aktører (se tabell 5.1, Kilde: EU-kommisjonen 2001).

Tabell 5.1 Konkurransen på ruter innen EU, juli 2000. Prosent.

Antall flyselskap på ruta	Andel av ruter (%)	Andel av seter (%)
1	73,2	41,7
2	22,4	45,2
3+	4,4	13,1
Totalt	100	100
Antall	4706	8757 527

TØI rapport 586/2002

Utviklingen når det gjelder *billettpriser* på innenriksmarkedet er mer variert. Det er enkelte markante endringer som i Tyskland, der billettprisen har falt som følge

av nye aktører. Generelt synes det klart at prisnivået har falt på ruter hvor konkurrenter har kommet til, mens det typiske for monopolrutene er at prisene ikke har falt. EU (2001, op.cit) antyder at priser på duopolruter i Europa ligger 5-17 % under monopolrutene, med lavest prisforskjeller på de dyreste billettene. Ved tre aktører er prisene 10-24 % lavere enn monopol.

5.2 Frankrike

Utviklingen i Frankrike tidlig og på midten av 1990-tallet var preget av problemene rundt Air France. Omfattende streiker særlig knyttet til integreringen av Air Inter, store subsidier fra staten og strenge betingelser som ble pålagt selskapet skapte en urolig situasjon. Samtidig forsøkte man under skiftende regjeringer å utvikle selskapet til å bli mer kommersielt orientert (Civil Aviation Authority, 1998).

Innenriksmarkedet i Frankrike som tidlig på 1990-tallet var det største i Europa har vært utsatt for noen av de mest dramatiske forandringer med dereguleringen. Rutene fra Paris til henholdsvis Nice, Marseille, Toulouse, Bordeaux og Strasbourg ble fløyet av Air Inter og er blant de tyngste i Europa. I 1992 hadde Air France gruppen i praksis monopol på fire av dem og bare på ruta til Nice var det konkurranse (AOM inn fra 1991). Til sammen hadde Air France da 95 % av markedet på de fem rutene. Fem år senere var markedsandelen til Air France gruppen redusert til 70 %. Konkurrentene var AOM og Air Liberté. Andre konkurrenter hadde prøvd seg underveis, men hadde siden trukket seg igjen.

AOM hadde i 1992 seks avganger per dag til Nice (1/3 av Air Inter). Neste fase i konkurransen kom i begynnelsen av 1995 da Air Liberté startet opp på ruta Paris Orly – Toulouse med fire avganger per dag. Like etter startet AOM og senere også TAT opp på ruta fra Orly til Marseille og Air Liberté begynte på ruta mellom Orly og Bordeaux. En viss konsolidering fant sted da British Airways kjøpte Air Liberté og da dette selskaper siden ble slått sammen med TAT. I 1997 hadde Air Inter konkurranse av Air Liberté på rutene til Bordeaux, Strasbourg og Toulouse. På ruta til Marseille konkurrerte Air Inter med AOM og på ruta til Nice var det konkurranse mellom alle tre selskap.

Antall avganger på de fem største rutene sett under ett ble omtrent fordoblet fra 1992 til 1997. De uavhengige selskapers andel økte i samme periode fra mindre enn 10 % av avgangerne til en tredjedel. Kapasiteten økte vesentlig mindre enn antall avganger (bare ca 20 %) fordi Air France gruppen valgte å møte konkurransen ved å gå over til mindre fly for å opprettholde frekvensen. Derfor ble den gjennomsnittlige flystørrelsen på de fem ruter redusert med nesten 40 % i femårs perioden.

Konkurransen på de ulike rutene har også ført til en rekke tilfeller av konkurranse på pris, men dette har variert med rute og med selskap. Det er særlig Air Liberté som har konkurrert på pris. Ved starten av de nye rutene innførte selskapet business- og økonomiklassepriser som begge lå godt under økonomiklasseprisen til Air Inter, for eksempel henholdsvis 36 % og 47 % for Orly – Toulouse ruta. Etter hvert som det nye selskapet var etablert på ruta økte det prisene betydelig slik at

Business prisen i 1997 lå på linje med Air Inters økonomiklassepris mens prisen for økonomiklasse bare lå 15 % under.

I motsetning til dette har AOM ikke lagt stor vekt på å konkurrere på pris. Det har konkurrert med andre midler og har bl. a. satset på å utvikle en god standard på businessklasse. Air Inter har som antydnet ovenfor primært reagert ved å øke frekvensen på en rekke ruter fra Orly og innført det de kaller ”shuttle service” på flere av dem.

Swissair kjøpte AOM i 1999 og Air Liberté året etter og slo dem sammen. Disse er nå under konkursbehandling, og rekonstrueres med fagforeningenes hjelp men uten Swissair (Luftfartsverket 2001). Sjefen for det nye selskapet hevder at det pga fagforeningene er umulig å drive lavprisselskap i Frankrike. I tillegg har man konkurranse fra hurtigtoget TGV. Det kan altså se ut til at en turbulent periode slutter med at Air France gjenvinner kontroll.

5.3 Spania

Dereguleringen i Europa har også ført til økt konkurranse i Spania og særlig på innenriksmarkedet. I begynnelsen av 1993 hadde Iberia-gruppen absolutt monopol på de europeiske rutene, mens datterselskapet Aviaco sammen med Iberia drev innenlandsrutene. Aviaco opererte dobbelt så mange ruter som Iberia. Morselskapet drev imidlertid de tyngste rutene og sto for 57 % av avgangene mens Aviaco hadde resten.

Siden tidlig i 1993 har flere flyselskaper gått inn på innenriksmarkedet i Spania. De to viktigste er Air Europa og Spanair som begge opprinnelig var rene charter-selskaper. Konkurransen i Spania har vært mest markant mellom Madrid og Barcelona. Ruta var i 1997 den mest trafikkerte innenriksruta i Europa. Iberia har hele tiden hatt hovedtyngden av markedet på ruta. På slutten av 1997 hadde Iberia 40 avganger per dag sammenlignet med 15 for Spanair og 6 for Air Europa. Iberia reduserte tilbudet betydelig i 1993 før konkurrentene startet opp, men var i 1997 tilbake til 1992 nivået.

På slutten av 1994 opererte Air Europa 50 innenriksruter hvorav de fleste var regionale ruter som forbandt Madrid eller Barcelona med regionale destinasjoner. Spanairs rutenett er mer konsentrert enn Air Europas og Madrid – Barcelona utgjorde i 1997 en tredjedel av Spanairs avganger. SAS økte i november 2001 sin eierandel i Spanair fra 49 % til 74 %.

På den mindre trafikkerte ruta Madrid – Palma har Air Europa og Spanair fra starten til sammen operert med omtrent samme frekvens som Iberia. Også på ruta Madrid – Valencia hadde Iberia en kort periode konkurranse, bl.a. med Air Europa og et mindre selskap. Air Europa trakk seg imidlertid ut igjen og det mindre selskapet, trafikkerte ruta med 50 seters tubopropfly samarbeider nå med Iberia.

Priskonkurransen har vært betydelig på ruta Madrid – Barcelona der de to konkurrerende selskaper introduserte en priser på business- og økonomiklasse som lå en tredel under Iberias. Først etter et par år reagerte Iberia og holdt igjen prisene noe på de konkurranseutsatte rutene. Prisene på ordinære fleksible billetter på økono-

miklasse på ruta Madrid – Barcelona økte derfor med vel 10 % fra slutten av 1992 til slutten av 1997, mens prisen på mange andre av Iberias ruter økte med 30-40 % i samme tidsrom. På slutten av 1996 innførte Iberia nye lavpriskategorier på en rekke ruter som lå under prisene til Air Europa og Spanair. Senere prisjusteringer har ført til at forskjellene mellom de tre selskaper er blitt mindre, og det ble i 1997 inngått en avtale mellom selskapene som tillot gjensidig bruk av billetter med visse betingelser knyttet til forskjeller i prisnivå.

5.4 Sverige

Dereguleringen i Sverige startet under en lavkonjunktur 1. juli 1992 med store forventninger til øket konkurranse og lavere billettpriser. Flere studier og evalueringer av effekter har vært gjennomført. Luftfartsverket (1994 a og b) har sett på trafikken til Gotland og resultatene for innenriks luftfart de første to år. De mest interessante studiene som også bringer en del teori, er Konkurransetilsynets (Bergman, 1996) og Luftfartsverket (2001). Forventningene til dereguleringen er ikke innfridd. Begrenset konkurranse, økte billettpriser og lavkonjunktur fram mot midten av 1990-tallet, har ført til en svak trafikktvikling (Luftfartsverket, 2001).

Marked

Innenriksmarkedet i Sverige som hadde vokst nærmest kontinuerlig siden 1950-tallet ble hardt rammet av lavkonjunktoren og innføringen av moms på tjenester (herunder transport og reiseliv) i 1991. Trafikken ble redusert fra 8,7 til 6,6 millioner passasjerer i perioden 1991-96. Deretter har det vært en økning fram til 7,9 millioner passasjerer i 2000. Utviklingen i utenrikstrafikken fortsatte derimot å øke gjennom hele tiåret til nesten 16 millioner utenrikspassasjerer i 2000.

Innenrikstrafikken er konsentrert rundt Stockholm og vel 97 % av alle passasjerer reiser til/fra Stockholm eller passerer Stockholm på vei til andre flyplasser. De tyngste rutene er angitt i tabell 5.2. Ellers finnes det mange små ruter.

Tabell 5.2 De fem største innenriksrutene i Sverige år 2000.

Stockholm -	Million passasjerer
Gøteborg	1,32
Malmö	1,19
Luleå	0,87
Umeå	0,70
Østersund	0,41

TØI rapport 586/2002

Fra 1992 til 2000 har de tunge relasjonene hatt trafikkvekst, mens mange trafikk-svake strekninger har hatt en nedgang i trafikken. Trafikken til Göteborg og Malmö har økt med hhv drøyt 50 % og 40 %, mens trafikken til Luleå, Umeå og Østersund har økt med ca 30 % i perioden. Reduksjonen har vært særlig stor på enkelte korte relasjoner, bl.a. er den halvert på Skövde, Borlänge og Jönköping, hvor tog og buss har kommet med nye og bedre tilbud.

Tilbudet målt som antall flybevegelser har omtrent fulgt passasjerutviklingen, men flystørrelsen har gått noe opp. Utnyttelsen av flyene ble forbedret fra en gjennomsnittlig kabinfaktor på 61 % i 1992 til 64 % i 2000. En viktig ruteendring var at Malmö Aviation opprettet ruter fra Göteborg og Malmø til Bromma.

Konkurranse

SAS, som kort tid før 1992 hadde kjøpt Linjeflyg, var dominerende med 95 % av innenriksmarkedet da dereguleringen startet sommeren 1992. I tillegg var det noen få regionale selskaper med mindre propellfly. Charterselskapet Transwede satte i gang med rutetrafikk i 1992. Selskapet ble i 1996 – 97 kjøpt av Braathens som i 1998 også kjøpte Malmö Aviation som også hadde startet opp rutetrafikk i 1992. Rutene til det tidligere Transwede er etter hvert lagt ned på grunn av store tap. I dag er det bare konkurranse på rutene fra Göteborg og Malmö til den sentralt beliggende Bromma flyplassen i Stockholm. Etter investeringer i flere og større fly har imidlertid Malmö Aviation i dag overkapasitet og problemer med lønnsomheten. For øvrig er det konkurranse på ruter fra Stockholm til Visby og Luleå.

Enn annen viktig følge av dereguleringen er de regionale flyselskaper har fått en mer sentral plass i den innenrikske luftfarten. Disse selskapene har i perioden siden 1992 økt sin markedsandel fra ca 4 % til rundt 15 %, og har blant annet ruter til Borlänge, Halmstad, Jönköping og Visby. En god del nye direkte ruter har kommet til i perioden mens nesten like mange har forsvunnet. SAS har en 25 % eierandel i det største regionale selskapet (Skyways). Skyways hadde i 2001 26 fly og drøyt 1,3 millioner passasjerer. SAS og Skyways har siden 1997 samarbeidet om codesharing, ground handling, bonusprogram og distribusjon.

Priser

Dereguleringen i Sverige har ført til en betydelig større prisdifferensiering og et antall nye billett kategorier er kommet til siden 1992. For eksempel var det sommeren 2001 på den tunge strekningen Stockholm – Göteborg til sammen 22 ulike billett kategorier i tillegg til diverse årskort og halvårskort. Tilsvarende var det på den middels tunge strekningen Stockholm – Visby 16 billett kategorier.

Statistiska Centralbyråns statistikk viser at billettprisen på privatreiser siden 1994 har økt raskere enn konsumprisindeksen. Fra 1996 er også prisene på tjenestereiser med i statistikken. Disse økte i perioden 1996 – 2000 med ca 13 %. Sammenliknet med tilsvarende distanser i Norge er normalprisene temmelig like, mens rabattprisene er lavere (20-25 %). Det kan ha sammenheng med større konkurranse fra landtransport og et mindre innslag av fritidsreisende i Sverige enn i Norge. Det må rabatteres mer for å utløse fritidstrafikk, samtidig som SAS har råd til det fordi andelen fritidsreisende er lav.

Prisøkningen har generelt vært lavere for de mest trafikkerte strekningene, og særlig der det har vært konkurranse over lengre tid for eksempel fra Stockholm til Luleå og Umeå. Den største økningen har funnet sted på ruter som tidligere ble trafikkert av SAS, men som i dag trafikkeres av Skyways, for eksempel fra Stockholm til Borlänge, til Visby og til Jönköping.

Tall for inntektsutviklingen per passasjer for SAS i perioden 1992 – 2000 viser en liten prisnedgang det første året etter dereguleringen som følge av konkurransen fra Transwede. Allerede i 1994 var prisen dog høyere enn i utgangspunktet (1992). I 1995 var prisen ca 30 % høyere og den har siden holdt seg på dette nivået.

5.5 Andre land i Europa

Studien fra det britiske luftfartsverket har en bred gjennomgang av erfaringene fra de fleste land i Europa. I tillegg til de tre land som er beskrevet mer utfyllende ovenfor kan det være nyttig å ta med litt om erfaringene fra Hellas, Italia og Tyskland.

Hellas

Det nasjonale selskapet Olympic Airways var helt dominerende på både internasjonale ruter og innenriksruter ruter de første årene etter dereguleringen. Først på slutten av 1995 kom det inn en seriøs konkurrent på den tyngste innenriksruta mellom Athen og Thessaloniki. I 1996 kom enda en konkurrent.

Olympic Airways forsvarsstrategi var å øke frekvensen samtidig med en reduksjon av flystørrelsen. Strategien hadde klare fellestrekk med hendelser i andre land, ikke minst Air France gruppens forsvar mot de nye operatørene i Frankrike. Begge konkurrentene trakk seg fra ruta ved utgangen av 1996.

Etter 1996 har nye selskaper kom til i stedet. I 2000 var det tre selskaper som konkurrerte med Olympic på ruta (Fragoudaki, 2000). Olympics andel av trafikken var 85 % i 1995, men falt til 77 % i 1998 og 56 % i 1999. Antall passasjerer økte raskt fra ca. 600.000 i 1994 til 1.070.000 i 1999. De nye selskapene holdt generelt noe lavere billettpriser enn Olympic. I 1999 lå deres fullpris økonomiklassebillett 9 – 16 % under Olympics.

Italia

Virkningene av konkurransen var i Italia vesentlig større på innenriksrutene enn på de internasjonale rutene. Ved introduksjonen av den tredje luftfartspakken var de fleste større innenriksruter bare betjent av Alitalia med datterselskap. Selskapet Meridiana trafikerte ca 20 innenriksruter (15 % av nasjonal produksjon) og syv utenriksruter.

Ruta Roma – Milano var i 1992 den tyngste i Europa målt i antall tilbudte seter. Alitalia opererte 27 avganger per dag, mens Meridiana hadde tre. Konkurransen på Roma – Milano startet for alvor på slutten av 1995 da Air One satte i gang med 6 rundturer per dag og senere økte til 14. Andre selskaper er i tillegg sterkt inne på ruter fra Milano til Sør-Italia, Sicilia. Det italienske markedet preges mao av relativt sterk konkurranse.

Fra starten hadde Air One betydelig lavere billettpriser mellom Roma og Milano enn Alitalia. Selskapet hadde ved starten en fullpris økonomiklasse som på hverdager var 20 % lavere enn Alitalias under trafikktoppene og 40 % lavere utenfor toppene, mens weekendprisen var 50 % lavere. Alitalia reagerte svært langsomt på denne pris konkurransen. Først i begynnelsen av 1997, dvs mer enn et år etter starten til Air One svarte Alitalia med en lavere pris på økonomiklasse, noe som reduserte forskjellen til mindre enn 10 % for trafikktoppene og 35 % og 45 % utenfor toppene henholdsvis i weekenden.

Alitalia har gått med stor underskudd de siste årene og EU har godkjent statsstøtte. Selskapet har nylig knyttet gått inn i allianse med Air France og alliansen Skyteam.

Tyskland

Tyskland har lenge hatt et av de største luftfartsmarkeder i Europa både innenriks og internasjonalt. Allikevel var det før den tredje luftfartspakken trådte i kraft i tillegg til Lufthansa gruppen bare to selskaper som opererte rutedrift med jettfly enten innenlands eller internasjonalt, og ingen av dem var sterke konkurrenter på hovedrutene.

I 1992 etablerte British Airways seg i markedet gjennom selskapet Deutsche BA (DBA). Selskapet overtok BAs ruter på Berlin, men etter gjenforeningen av Tyskland kom også Lufthansa inn på rutene til Berlin. DBA flyttet i 1994 sin hovedbase til München og utviklet ruter også derfra. Det har derfor vært intens konkurranse mellom Lufthansa og DBA, konsentrert til fire ruter fra Berlin og tre ruter fra München. Lufthansa er fortsatt det dominerende selskap, men har mistet anslagsvis 25 % av trafikken som følge av konkurransen med DBA.

Tall fra 1997 viser tydelig at Lufthansas billettpriser kan plassere i to klare grupper, på den ene siden de ruter der det var priskonkurranse med DBA og på den andre siden ruter der Lufthansa fortsatt hadde monopol. Prisene var åpenbart lavere der det var konkurranse med DBA. DBA har drevet med tap, men har også redusert Lufthansas mulighet til å skumme fløten av hjemmemarkedet.

En annen konkurrent Eurowings er nå kjøpt opp av Lufthansa. En tredje konkurrent Germania har åpnet rute mellom Berlin og Frankfurt med billetter til 99 € en vei. Tyske konkurransemyndigheter har tvunget Lufthansa til å holde priser som er 35 € høyere. Begrunnelsen var at like lave priser var å betrakte som dumpingpris sett i relasjon til Lufthansas kostnadsstruktur.

5.6 Australia og New Zealand

Liberaliseringen i New Zealand startet 1986 – 87 da innenriksmarkedet ble deregulert. Air New Zealand var da helt dominerende. Et nytt selskap startet opp i samarbeid mellom lokale krefter og det australske selskapet Ansett, som siden er blitt et rent datterselskap av Ansett. Luftfartspolitikken i New Zealand tillater selskaper som er heleid av utenlandske interesser å drive innenlands flytrafikk.

Ansett New Zealand har valgt en aggressiv strategi og helt fra starten signalisert at selskapet hadde et langsiktig siktemål. Det har operert på de fleste hovedruter med forholdsvis høye frekvenser. Det hadde problemer med tilgang til terminaler i de tre største lufthavner og investerte derfor i egne terminaler. Det har drevet med underskudd de fleste år, men har etter hvert klart å bli profitabelt, ironisk nok omtrent samtidig som det skal slås sammen med sin konkurrent.

I Australia har Qantas vært dominerende, men hadde lenge hard konkurranse av Ansett som nå er konkurs. Andre selskaper prøvde seg også på 90-tallet, men måtte

gi seg etter relativt kort tid. Etter Ansetts konkurs har et datterselskap av Virgin, som har internasjonale ruter på Australia, kommet inn (Virgin Blue). Virgin Blue har for tiden 9-11 frekvenser daglig på de tyngste rutene i Australia.

5.7 Noen hovedtrekk i utviklingen

Erfaringsoppsummeringen viser at det er kommet til en del nye operatører etter dereguleringen i de fleste land. Samtidig er konkurransen på retur i en del land. Erfaringene tyder på at det kreves sterk finansiell ryggrad å komme inn på etablerte innenriksruter for nye operatører. De nye selskapene introduserer vanligvis lavere billettpriser for å kapre markedsandeler. Mottiltakene fra de etablerte selskaper er typisk å øke eller holde opp frekvensene ved å satse på mindre fly og eventuelt å starte en priskrig.

Likevel har konkurransen økt. Tall fra EU viser at 26 % av avgangene i 1992 var knyttet til ruter med konkurranse, mens dette tallet var økt til 48 % i 1997 altså nesten en fordobling på de fem årene. De dominerende nasjonale "flaggcarriers" andel av rutemarkedet er derfor også blitt redusert. For innenriks markedet i Europa falt disse selskapers andel fra 75 % til 62 % mellom 1992 og 1997.

Også i Europa synes erfaringene å vise at potensielle konkurranse ikke bidrar til lavere billettpriser. Faktisk konkurranse synes derimot å påvirke prisene.

Det er store forskjeller mellom landene når det gjelder graden av konkurranse. Etter en periode med flere nye selskap, synes det som om konkurransen er i retur i Frankrike og Sverige. Flaggelskapet fester her grepet. I land som Storbritannia, Spania og Italia synes det derimot som om konkurransen har blitt mer varig, mens det går litt opp og ned i Tyskland

Lavkostselskapene vokser kraftig. Ryanair, Virgin Express og EasyJet flyr både på sekundære flyplasser, men iblant også til de store navene. Særlig Bryssel har fått et økt tilfang av lavkostselskap. Disse selskapene satser på punkt-til-punkt markedet og sloss således bare om en andel av totalmarkedet.

Allianser øker i betydning og er også en måte å redusere konkurransen på og dele markedet mellom aktørene (f eks SAS og Lufthansa).

Myndighetene, nasjonalt og i EU, arbeider med å redusere konkurransehindringer av alle slag. På sikt kan dette arbeidet gi resultater, men hensynet til internasjonale, oversjøiske, konkurranseforhold vil nok også kunne spille en rolle i framtida.

6 Scenarier og aktører - mål og virkemidler

6.1 Hva er scenarier og hvorfor brukes de?

Utgangspunktet for prosjektet er å vurdere hva som kan komme til å skje hvis vi går fra to til en stor aktør i det innenlandske luftfartsmarkedet. Dette betyr ikke nødvendigvis at vi tror at det ikke vil kunne komme inn et nytt flyselskap. Formuleringen av scenariene vil bli avhenge av hvordan en monopolist vurderer sannsynligheten for at et nytt selskap vil ønske å etablere seg i Norge.

Dette kapitlet er en vurdering av aktuelle aktører som kan påvirke etableringen av nye flyselskap og de virkemidler som står til deres rådighet. I kapittel 7 vil to ulike scenarier fram mot år 2010 bli formulert. Deler av utviklingsforløpet med en aktør er nå allerede kjent og blir beskrevet i kapittel 8.

Scenarier kan sees som formulering av framtidsbilder og veien fram dit. Ofte gjøres det en sammenlikning til en dreiebok eller et manus som beskriver aktører, handlinger / hendelser og posisjoner i tid og rom.

I arbeidet med å formulere scenarier kan man gå fram og tilbake i tid og i årsaks- og virkningskjeder for å komme til framtidsbildene. Disse kan både være ønskede eller uønskede bilder. Scenarier identifiserer drivkrefter og handlingsrom.

Mens prognoser ofte er en "bundet" kvantitativ beregning av sannsynlig utvikling, skal scenariet først og fremst være stimulerende og forestillingsutviklende. Samtidig må de være troverdige. Det vil si at det forløp eller de hendelser som beskrives må være internt konsistente (Guttu 1993, Hjorthol mf fl 1998).

Fordelen med scenarier er at de kan øke innsikt i sammenhengen mellom mål og nødvendige virkemidler, de bygger bro mellom valg i dag og konsekvenser i framtida. De kan og bidra til å belyse forutsetninger for en utvikling og bør være pedagogiske.

Som et utgangspunkt for scenarier er det hensiktsmessig med en kort gjennomgang av de ulike aktører, deres mål og hvilke handlinger de kan avstedkomme. Følgende aktører beskrives:

- Flyselskap
- Staten sentralt (Samferdsel- og Finansdepartement)
- Luftfartsverket
- Konkurransemyndigheter
- Forbrukermyndigheter
- Media, opinion
- Forretningskunder
- Privatkunder

I scenariene er det forskjell på aktørene. Monopolistens handlinger er i fokus, mens de andre aktørene reagerer på disse. Samtidig er det et gjensidig avhengighetsforhold mellom aktørene hvor deres handlinger er avhengig av andres handlinger, styrke og posisjoner. I tillegg vil generelle utviklingstrekk / konjunkturer påvirke utviklingsforløpet.

6.2 Flyselskap

Selskapene har som mål å tjene penger. Ved å tjene penger kan de sikre egen overlevelse, eierne avkastning og også skaffe seg større markedsrett som i sin tur kan gi opphav til mer profitt.

Selv om et selskap til enhver tid har profittkrav, vil tidshorisonten for lønnsomhetskravet innenfor de ulike produktområder kunne variere. I perioder kan man fokusere på å vinne / forsvare markedsrett i et markedssegment selv om dette reduserer kortsiktig profitt, fordi man antar å kunne profitere på markedsretten i dette segmentet på sikt.

Et stort flyselskap som opptrer i mange markeder vil på denne måten kunne kryss-subsidiere mellom markedsområder alt etter behov og konkurransesituasjon. Samtidig, dersom det er få barrierer mot å kunne gå inn og ut av markedet, tilsier teorien om ”contestable markets” at slik krysssubsidierting vil finne sted i stadig mindre grad. Gjentatt spekkhoggevirkning fra nye aktører vil føre til at ethvert segment må kunne stå på egne bein.

SAS har nettopp vært gjennom en periode hvor man har sløst for markedsrett på innenlandsrutene i Norge med relativt store tap som resultat. Det har derfor for selskapet oppstått et behov for å ta igjen det tapte ved å utnytte den markedsretten (monopol) som er vunnet.

De virkemidler selskapet har er:

- Priser og betingelser knyttet til de ulike priskategorier
- Rutetilbud og kapasitet
- Produktkonsept (servicegrad, rutesystem/ interlining)
- Andre (bonusprogram, bedrifts- og reisebyråavtaler, bakketjenester, infrastruktur og distribusjonssystemer)

Ut fra teorien kan vi forvente at monopolisten vil redusere kapasiteten og øke prisene for å tjene mest mulig penger. Han vil derfor trolig tilby nok kapasitet til å tilfredsstille forretningsmarkedet, men kan i ulik grad kan velge å tilfredsstille privatmarkedet.

I tillegg vil han søke å bygge barrierer mot potensielle inntrengere. En viktig barriere, bonusprogrammet, har nå falt bort i Norge. Andre barrierer er storkundeavtalene som løper på 1-3 års sikt. Rabattene har her vært store (kapittel 2), men når disse nå reforhandles, vil en monopolist vil ha mindre behov for å gi store rabatter. Samtidig ønsker han imidlertid å låse de største kundene til seg, slik at de ikke går over til eventuelle nye flyselskap.

Hvordan en monopolist vil oppføre seg avhenger av hans oppfatning av:

- Faren for ny aktør
- Markedets prisfølsomhet
- Myndighetenes reaktive styrke

Flere hendelser de senere år har gitt SAS et imagetap (Maersk-saken, ulykken i Italia, oppkjøpet av Braathens). Dette kan skape en viss usikkerhet knyttet til markedets reaksjoner som gjør at SAS vil gå forsiktig fram.

6.3 Staten sentralt

Staten har mange hatter i denne sammenheng. Staten er både eier av SAS og stor-kjøper av flyreiser og kan som sådan utøve makt. Fokus legges imidlertid her på Samferdselsdepartementets og Finansdepartementets rolle. Deres mål er å sikre transportløsninger som er samfunnsøkonomisk effektive. Samferdselsdepartementet har i tillegg et ansvar for at transporttilbudet er godt nok i alle deler av landet og for alle grupper av reisende.

Blant virkemidlene er det vi kan kalle generelle rammevilkår, som kan være CO₂-avgifter og seteavgifter, investeringsavgifter og skatte- og avskrivningsregler herunder moms. I tillegg kommer luftfartsavgiftene (start-, terminal- og underveisavgifter) som skal dekke inn Luftfartsverkets kostnader og som bestemmes av Samferdselsdepartementet.

Rammebetingelsene for luftfarten er nå bedre enn på lenge. Seteavgiften på 256 kr t/r falt bort 1. april 2002, men selskapene kan ikke lenger trekke fra inngående moms.

I tillegg har Samferdselsdepartementet et ansvar for infrastrukturen (investeringer til veier, jernbane, stasjoner og flyplasser) og kan derved legge forholdene til rette for luftfarten. I denne sammenheng er infrastrukturtiltak mindre relevante.

Samferdselsdepartementet kan i tillegg gå inn med offentlig kjøp av flytjenester dersom monopolistens tilbud på en rute blir for dårlig, eller hvis han velger å oppgi ruten pga dårlig lønnsomhet. Aktuelle ruter er gjerne trafikksvake ruter i distriktene med stor politisk oppmerksomhet og vilje til offentlige tiltak. Det kan fort oppstå spillsituasjoner mellom monopolist og myndighet.

I hvilken grad en monopolist vil legge opp til offentlig kjøp, avhenger av hvordan han vurderer faren for å få inn en ny aktør og konsekvensene av dette. Hvis han føler seg trygg kan han spekulere i offentlig kjøp. Imidlertid kan det settes krav til flytyper og frekvens slik at det sjansen for at nye aktører kan komme inn øker. Videre kan statens i dette spillet samordne sine virkemidler, slik at trusler om avgifter og konkurranseregulering kan hindre monopolisten i å gå langt i et slikt spill.

Dette peker på en annen og mykere form for samspill mellom monopolisten og staten, nemlig dialogen. Gjennom løpende konsultasjoner / prosedyrer for kontakt kan en kompromisspolitikk uten for store negative utslag drives fram. En slik frivillig prosess forutsetter en viss godvilje fra begge parter, men kan fungere pga trusselen om formelle tiltak.

6.4 Luftfartsverket

Luftfartsverket (LV) har som mål å fremme effektiv lufttransport ved bl a å bygge ut og drive effektive tjenester til glede for flyselskaper og passasjerer. LV har i det siste engasjert seg for å bedre luftfartens rammevilkår. LV går over til å bli et statsaksjeselskap 1.1.2003. LV skal finansiere sin drift og investeringer selv, dvs gjennom luftfartsavgifter.

Avgiftene bestemmes i praksis av Samferdselsdepartement og Storting som også kan overstyre investeringene. Ny tilknytningsform kan gi LV større selvråderett, men ”regelen” fra de siste årene om at avgiften skal følge konsumprisutviklingen vil trolig bli fulgt også i årene som kommer.

Lave avgifter kan stimulere til økt trafikk og gjøre det lettere å få inn lavprisaktører. Samferdselsdepartement har gitt LV frihet til å vurdere hvordan avgiftene og produktene kan differensieres. Skal gebyrene differensieres etter type aktør (rabatt for nye), eller ved opprettelsen av nye ruter, eller er det mer aktuelt å differensiere i tid og rom med f eks lavere avgifter utenfor ”peak” eller på plasser med lite trafikk? Videre spørres det om det er aktuelt å tilby enklere tjenester med lavere priser.

Handlingsrommet er likevel begrenset da Luftfartsverket tross alt skal tjene inn nok penger totalt for å dekke alle kostnader. Videre er det krav til at avgiftssystemet skal være transparent som vil innebære krav om likebehandling hvis nye aktører får rabatt. Luftfartsverket har nå selv foreslått at startavgiften reduseres med 90 prosent for utenrikstrafikk på Haugesund, Kristiansund, Røros, Harstad/ Narvik og Lakselv for å stimulere til nye ruter.

6.5 Konkurransemyndighetene

Konkurransemyndighetene vil få en svært viktig rolle framover. I og med at markedet er deregulert har Samferdselsdepartementet i hovedsak igjen det avbøtende tiltak å kjøpe transporttjenester der tilbudet blir for dårlig. Konkurransetilsynet, derimot, har ansvar for hvordan konkurransen foregår og hvilke virkemidler i konkurransen mellom flyselskap som kan godtas. På dette området er det dessuten en aktiv EU-lovgivning og praksis som også blir førende for Norge.

Konkurransetilsynet (KT) har som mål å fremme effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å legge til rette for virksom konkurranse. Virkemidlene er hjemlet i Konkurranseloven av 1994. I prinsippet kan to hovedlinjer følges i arbeidet; regulering eller å legge til rette for virksom konkurranse ved å bygge ned konkurransehindre.

Potensielle objekter for *regulering* er først og fremst pris og kapasitet. Det siste er viktig fordi erfaringer har vist at overkapasitet ofte blir resultatet i perioder med hard konkurranse. Den største aktøren som også som oftest har størst finansiell styrke, bidrar ofte bevisst til overkapasitet for å drive andre ut av markedet da de har begrenset evne til å tåle tap over tid.

Regulering er vanskelig av mange grunner. For det første kreves det svært stor innsikt for å kunne fastslå hva som er rimelige priser og kapasitet. Det vil her være en informasjonsasymmetri i favør av flyselskapene. For det andre er det uavklart om regulering av kapasitet bryter mot reglene i EØS-avtalen (Nordic competition authorities 2002).

Kongen (dvs regjeringen) kan fastsette maksimalpriser i melding til Stortinget og det kan gripes inn mot dumpingpriser. Det er imidlertid vanskelig å fastslå hva slags kostnader prisene skal settes opp mot. Er det riktig å benytte gjennomsnittskostnad, eller er marginalkostnad mer relevant i en konkurransesituasjon hvor det gjelder å fylle de siste setene? Hva er i så fall de marginale kostnadene knyttet til ekstra passasjerer (gitt at flygningen likevel skal finne sted), og under hvilken tidshorison er passasjerer og kostnader marginale? Kampanjepriser er tillatt, men hvor lenge kan en kampanje pågå? I praksis er det domstolene som må avgjøre slike spørsmål og dette blir fort tidkrevende og tungvindt.

En fersk tysk sak kan imidlertid danne presedens. Når et nytt selskap Germania åpnet rute på Berlin- Frankfurt med priser på 99 € satte Lufthansa ned sine laveste priser tilsvarende. Dette innebar en reduksjon på 60 %, mens prisene på øvrige innenriksrelasjoner ble holdt uendret. De tyske konkurransemyndigheter (Bundeskartellamt) mente slik priser var under kostpris for et selskap som Lufthansa som tilbød servering, bonusprogram og salg gjennom reisebyråer. De mente at Lufthansas prising kun var rettet mot å få Germania ut av markedet og viste dessuten til priser på München – London og München – Frankfurt hvor Lufthansa økte prisene umiddelbart etter at German AB var utkonkurrert. De har derfor grepet inn mot Lufthansa og påbudt dem å ikke selge billetter til en lavere pris av 134 Euro (en vei). Lufthansa har anket avgjørelsen, men anken har ikke oppsettende virkning fordi Bundeskartellamt har sikret seg at vedtaket gjelder inntil det er avgjort av retten.

Kan konkurransemyndighetene unngå denne kostnadsdiskusjonen ved å ta utgangspunkt i prisene i før-situasjonen? Disse kan enten reflektere kostnadsnivået, eller så er de for høye pga (mis)bruk av markedsrett. Er de for høye, så er det et problem det dominerende selskap må ”slite” med etter at en ny konkurransesituasjon oppstår (enten i form av en kraftig bot i ettertid, eller at de ikke tillates å senke prisene for å presse ut en ny konkurrent). Utfallet av rettssaken i Tyskland er usikker. Når avgjørelsen foreligger, vil den ha konsekvenser for konkurransemyndighetenes handlingsrom (vanskelig å gripe inn på nytt hvis man vet at avgjørelsen ikke vil holde rettslig).

Det kan og innføres varslingsfrist på prisendringer. Det dominerende selskapet kan som svar på dette operere med lave ”proformapriser”, som gjelder på papiret, men som i praksis er svært lite tilgjengelig før konkurranse gjør det nødvendig å benytte dem i større grad.

I praksis er reguleringslinja så langt i hovedsak forlatt av KT (med forbehold for den omtalte sak i Tyskland). Da gjenstår å legge til rette for virksom konkurranse ved å bygge ned konkurransehindre. KT har allerede varslet en tøffere linje her. De viktigste konkurransehindre i Norge er bonusprogrammene, storkundeavtalene, avtaler mellom flyselskap og reisebyrå og tilbudet av nødvendige bakkjetjenester. Tilgang på slots (landingstillatelser) er pr i dag i liten grad en begrensning ved norske flyplasser, men er svært viktig i Europa ellers.

Bonusprogram

Bonusprogram er en fordel for en dominerende aktør fordi han kan gi bedre muligheter for opptjening av poeng og for attraktive uttak av poeng. KT har lagt ned et forbud mot opptjening av bonuspoeng innenlands. Dette er nå stadfestet av Administrasjonsdepartementet og vil gjelde fra 1. august 2002. Håpet er at nye aktører lettere kan etablere seg når bonusprogrammet ikke binder kundene til den største aktøren. I Sverige er det gitt forbud for SAS kun på ruter hvor det faktisk er konkurranse. I Tyskland og Danmark har den dominerende aktør måtte la konkurrenter få delta i sitt bonusprogram (mot en viss kostnad). Spørsmålet er om man når fram med forbud mot bonusprogram på europeisk nivå og hvilke effekter det eventuelt vil ha at Norge ensidig går inn for forbud.

Storkundeavtaler

Fra 1997/98 har omfanget av storkundeavtaler og rabattnivået knyttet til disse eksplodert som følge av konkurransen mellom SAS og Braathens. Selv om SAS nå ønsker å nedforhandle rabattnivået, er slik avtaler også en måte å låse inn de største kundene på. Jo større ruteområder og jo lengre tidsrom slike avtaler gjelder for, jo mer vanskelig blir det for andre å komme inn. Dette gjelder særlig hvis avtalene inneholder klausuler om at bedriftene ikke kan inngå flere avtaler for samme område.

Dersom disse avtalene utformes med faste priser på rutenivå og gjerne for kortere tidsrom enn et år vil det være lettere for nye aktører å komme inn med konkurransedyktig bud. I tillegg vil de virke mindre prisdrivende. Samtidig vil det være vanskelig for KT å gå for sterkt ut mot storkundeavtaler, da de også gir kjøper-makt.

Reisebyråavtaler

Dette er et "gråsonerområde" som det er vanskelig å regulere. EU har direktiv og en kjennelse (Virgin Express mot British Airways 1999) som fastsetter syv prinsipper som skal gjøre det mer vanskelig for en dominerende aktør å utnytte sin markedsrett. Det er likevel vanskelig å kontrollere etterlevelse da det fins mange sorter av bonus, og ikke bare på reisebyrånivå.

Oppkjøp og allianser

Et vanlig grep for en stor aktør er å kjøpe opp en brysom konkurrent, eller å danne allianser med en rival og dermed dele et marked mellom seg. SAS har nylig fått godkjent viktige handlinger her (allianse med Lufthansa og oppkjøp av Braathens), men tiltak kan også være aktuelle på dette feltet framover.

EU-kommisjonen

EU har engasjert seg i saker som gjelder statsstøtte, oppkjøp, allianser og markedsdeling. Både SAS' allianse med Lufthansa og SAS og Maersk's markedsdelingsavtale er behandlet av Kommisjonen. Det er også innført regler om slotsfordeling som skal ivareta nye aktørers interesse, men det er fortsatt langt igjen på dette området. EUs regler på luftfartsområdet mht tilgang til markeder, kan stå mot KT's ønske om å kunne gripe inn mot overkapasitet som settes inn for å drive

ut nye aktører.

Politiske avveininger

Kommisjonen og norske myndigheter avveier forbruker- og konkurransehensyn mot hensynet til egen næringsvirksomhet (flyselskaper). I Norge er politiske myndigheter ankeinstans for avgjørelser fattet av KT, mens Sverige har en uavhengig ankeinstans (marknadsdomstolen). Dette kan i Norge skape en viss usikkerhet, avhengig av politiske konstellasjoner.

6.6 Forbrukermyndigheter

Forbrukerrådet har som mål å fremme forbrukernes interesse. Produktene skal være gode, prisene lave og informasjonen om disse forhold skal være god. Rådets arbeid har tre elementer:

- Utforming av forbrukerpolitikk
- Informasjonsvirksomhet (herunder Forbrukerrapporten)
- Klagebehandling

Forbrukerrådet har i alt 140 ansatte, herunder en fullt utbygd fylkesorganisasjon. Rådet har landsmøter som gir uttalelser om forbrukerspørsmål. I de to siste landsmøtene er det allerede gitt uttalelser om at flyprisene må være rettferdige og at flybillettene er dyre i Nord-Norge.

Fylkesorganisasjonen kan fungere som en vaktbikkje mot for høye priser eller et for dårlig rutetilbud eller for lav kapasitet. De formelle virkemidlene er imidlertid svake (i hovedsak begrenset til Kjøpsloven).

I EU har forbrukermyndighetene blitt mer aktive. Blant annet foreligger et forslag fra Kommisjonen om sterkere beskyttelse av forbrukernes rettigheter når flyet er fullt (denied boarding) og når flyet kanselleres.

6.7 Media, opinion

For media veier hensynet til eget salg stort. Dette betyr at en monopolist vil måtte regne med selgende skandaleoppslag om misbruk av monopolmakt. Slik sett vil mediene kunne fungere som en vaktbikkje på vegne av leserne / seerne. Dette, sammen med leserinnlegg, vil kunne påvirke politikerne som kan tjene på å ta opp saker som er i vinden. Dette vil igjen kunne føre til innstramminger i monopolistens rammevilkår eller konkurransevilkår. Videre vil det kunne bidra til imagetap som igjen kan bety mindre salg. Media og opinion vil dermed være en modererende faktor på monopolistens atferd.

6.8 Forretningskunder

Effektiv tidsbruk og et godt tilbudt av destinasjoner og frekvenser er viktig for tjenestereisende. Prisen kommer i annen rekke, selv om denne også er av betydning.

De virkemidler forretningskunder har til rådighet er:

- La være å reise
- Bruke rabattbillett i stedet for fullprisbillett
- Velge alternativer til fly (tog, bil, videokonferanser)
- Forhandle fram avtaler (storkunde)
- Protestere via sine organisasjoner hvis prisene blir for høye

I det siste er det tegn til at forretningsreisende er blitt mer prissensitive (både økt bruk av rabatter og reduksjon i reiseaktiviteten). Hvis dette er riktig, vil det ramme et selskap som SAS ekstra hardt siden det i så stor grad retter seg inn mot dette segmentet.

6.9 Privatkunder

Rutetilbud og pris er viktig også for forbrukerne. Privatkunder reiser helst med billigbillett. Det betyr at det må være nok kapasitet, slik at tilbudet av billigbilletter er stort nok til å tilfredsstille privatmarkedet. Dersom dette ikke er tilfellet, blir privatkundene tvunget til å endre reisetidspunkt for å kunne få billigbillett.

Det er imidlertid grenser for hvor stor tidsmessig fleksibilitet privatreisende har. Tidsknappheten i samfunnet er økende og det stadig flere føringer i tidsplanleggingen. Dette er selvsagt avhengig av flere forhold, bl a livsstil og livsfase.

Derfor vil det være sterke grenser for hvor langt privatkundene lar seg presse ut mot ubeleilige tidspunkt. Kunden kan da velge å la være å reise. På kortere reiser er det også aktuelt å benytte andre transportmidler som f eks tog og bil.

Dersom tilbudet for ”vanlige folk” blir for dårlig fordi tilgangen på rabattbilletter reduseres, vil dette også kunne føre til protester i opinionen i form av leserinnlegg, kontakt med politikere osv. For en monopolist vil for mange slike protester kunne føre til imagetap som også kan gå ut over lønnsomheten, ikke minst på ruter hvor man faktisk har konkurranse som f eks på utenlandsrutene. Generelt kan det også feste seg et inntrykk av at det er dyrere å fly enn det faktisk er, med redusert trafikk og lønnsomhet som resultat.

7 Scenarier mot år 2010

7.1 Innledning

I dette kapitlet presenteres to scenarier, aktørenes strategier og beslutninger og konsekvenser av disse. Felles for scenariene er at vi forutsetter at den nedgang som innenlandsk flytrafikken har opplevd i tre år, nå avløses av en *oppgang i etterspørselen etter flyreiser*. Vi mener dette er en rimelig forutsetning etter som vi etter 1996 har hatt nedgang i lufttrafikken til tross for en jevn inntektsvekst i perioden og fordi lufttrafikken i årevis har vokst nær dobbelt så mye som inntektene. Utgangspunktet for scenariene er 2001, før SAS overtok Braathens.

Scenariene skiller seg fra hverandre mht hvor aggressivt monopolisten vil utnytte sin posisjon. En *kortsiktig* monopolist vil holde igjen tilbudt kapasitet til tross for at etterspørselen øker. Dette vil føre til svært fulle fly, lite rabatter og stor misnøye. En mer *langsiktig* monopolist vil i større grad øke tilbudet for å gjøre myndigheter og opinion mer fornøyd og for å redusere sjansene for at nye aktører etableres seg. Kabinfaktorene vil likevel være rimelig høye.

I avsnitt 7.4 gis en punktvis oppsummering av scenariene med en mer kvantitativ antydning av tilbud og etterspørsel. Videre drøftes forutsetninger for de to scenariene. I kapittel 8 vurderes utviklingen fra 2001 til 2002 (første år med monopol).

7.2 Scenario 1: Langsiktig monopolist

Dette scenariet kjennetegnes av monopolsituasjonen, men også av at partene stort sett ønsker å samarbeide og unngå konfrontasjoner. Monopolisten har en langsiktig strategi som innebærer at han ikke ønsker å hente ut maksimal fortjeneste eller andre fordeler på kort sikt.

Også staten vil i minst mulig grad tvinge fram konfrontasjoner ut fra en oppfatning om at det er stordriftsfordeler i flyreisemarkedet, og at det ikke er rom for mer enn én aktør. Det kan også være uttrykk for en manglende politisk vilje til å gjennomføre tiltak til ulempe for det flyselskapet som har status som nasjonal "flag carrier", og som dermed kan bli svekket i den internasjonale konkurransen.

7.2.1 Monopolisten

Monopolisten ønsker ikke å provosere myndigheter og den offentlige opinion unødig. Strategien er å ikke utnytte monopolfordelene fullt ut på kort sikt slik at monopolstillingen kan bli truet ved at politikere og andre beslutningstagere endrer reguleringsregimet i monopolistens disfavør.

Billettprisene vil være uendret (realpris). Gjennomsnittsprisen vil likevel gå opp ved at rabattstrukturen endrer seg. Det vil bli færre rabatterte billetter. En del av de billigste turene flyttes over til forholdsvis ugunstige tidspunkter. Som lokkemiddel vil de laveste rabattprisene bli senket i forhold til dagens nivå for å ha noe å vise til overfor myndigheter og opinion.

Alle relasjoner vil i hovedsak bli dekket som før, men rutestrukturen vil bli forenklet. Dette innebærer reduksjoner i kystruta, særlig ruter med flere hopp underveis. Deler av markedet må da enten fly via Oslo, eller velge landtransport. Videre vil de tynneste delene av rutenettet, f.eks. i Nord-Norge, kunne bli skjøvet over til offentlig kjøp som staten må ta ansvar for.

I forhold til 2001 vil det først komme en nedkutting av antall frekvenser. Etter hvert som etterspørselen øker, vil tilbudet ta seg opp igjen til samme nivå fram mot 2010. Rutetabellene vil bli bedre da parallelle avganger sløyfes. Videre vil flyutnyttelsen kunne øke.

De mellomstore byene opprettholder like mange flygninger på hovedstaden, da en nedkutting her vil kunne skape turbulens. Enkelte direkteruter som SAS har til utlandet fra de store byene, kan bli nedlagt og passasjerene må reise via Gardermoen.

Siden SAS nå i første omgang er uten konkurranse innenlands, vil selskapet forsøke å reforhandle storkundeavtalene etter hvert som de går ut, slik at rabattprosenten blir mindre. Dette gjelder spesielt for de store firmaene som fikk svært gunstige avtaler i en periode da det var større konkurranse innenlands. Samtidig vil monopolisten ønske å beholde et godt forhold til de største kundene. Han vil derfor tilby et visst rabattnivå likevel, mot at kundene knytter seg til monopolisten for en litt lengre periode (over ett år). Hvis monopolisten tilbyr for små rabatter, vil dette kunne gjøre det lettere for en ny aktør å komme inn i markedet. Avtalene vil fortsatt kople innenriks- og utenriksmarkedet, slik at kunder med mye internasjonal trafikk vil få betydelige rabatter også innenlands.

Storkundeavtalene vil differensieres etter ruteområde. På ruter hvor det er aktuelt med nye aktører vil rabattene være betydelige. Dette vil gjøre det vanskelig for nye aktører å slå seg inn i dette markedet.

Som følge av det forenklete rutemønsteret og etterspørselsvekst vil kabinfaktoren ta seg opp. Inntekten pr passasjer øker noe, men 2001 var i utgangspunktet et år med høy inntekt pr passasjer i forhold til 90-tallet.

Forenklingene i rutestrukturen og samordning av driften i de sammenslåtte flyselskapene vil innebære moderate kostnadsreduksjoner. En rendyrking av produksjonen hvor mindre lønnsomme rutesegment overtas av Braathens og Widerøe og hvor staten kjøper rutetjenester bidrar til dette. Resultatet er økt lønnsomhet for SAS, som vil tjene relativt godt på det norske innenriksmarkedet. Fravær av bonusordning og lavere storkundefordeler fører til mindre lojalitet til monopolisten fra kundenes side.

7.2.2 Andre flyselskaper

Dette scenariet forutsetter i utgangspunktet en monopolsituasjon. Det vil kunne bli gjort flere forsøk på etableringer av ruter og ruteområder fra nye selskaper.

Direkte frontal konkurranse vil kunne møte økt kapasitet og økt rabattering fra monopolisten, som i tillegg på forhånd vil ha søkt å binde opp de største bedriftskundene med avtaler for noe lenger tid. Nye aktører med svak finansiell ryggrad forutsettes da ikke å kunne tåle tap i en tilstrekkelig lang periode for å kunne lykkes.

Innenfor scenariet er det derfor kun på nisjer at nye aktører vil etablere seg. Dette kan særlig skje på ruter som monopolisten oppgir, som dermed åpnes for offentlig kjøp. Eller det kan skje på utenlandsruter fra større byer utenom Oslo, dersom monopolisten reduserer sitt tilbud her. Dersom konkurrenter etablerer seg på de tunge rutene og overlever, er vi pr definisjon utenfor en monopolsituasjon som er utgangspunktet her.

7.2.3 Staten sentralt

Samferdselsmyndighetene satser på å få til en aktiv dialog med monopolisten for å opprettholde et akseptabelt rutetilbud og en akseptabel kapasitet på dette rutenettet. Siden monopolisten ikke ønsker å provosere unødige, er man villig til å diskutere alternative opplegg for ruteføring og kapasitet. Dette betyr i så fall at staten ser på luftfarten som et naturlig monopol, eller tror at det er vanskelig å få til konkurranse som varer over tid.

Diskusjonen av dette blir sett i sammenheng med kjøp av rutetjenester på svake relasjoner slik at en kommer fram til en pakke som er et kompromiss mellom flyselskapets behov for fortjeneste og stabile driftsforhold, og statens behov for å sikre beboerne i alle deler av landet et tilstrekkelig godt tilbud av flyreiser. Omfanget av offentlige kjøp av rutetjenester øker noe som følge av dette. Til gjengjeld stiller staten strengere krav enn tidligere til de rutetjenestene den får. Disse kravene kan gå ut på at det skal flys med bestemte flytyper eller til bestemte tidspunkter. Kravene kan også implisere lavere billettpriser.

Relativt god kapasitet og fortsatte storkundeavtaler bidrar til å holde nye aktører ute av markedet, til tross for at bonuspoeng ikke lenger kan tjenes opp innenlands. Staten signaliserer vilje til å endre egne storkundeavtaler dersom nye aktører skulle dukke opp. Staten velger likevel fortsatt å beholde sine aksjer i SAS som en viss garanti for nasjonal kontroll.

Monopolisten skiller ut et eget selskap som driver bakketjenestene. For å legge forholdene best mulig til rette for konkurranse, vil Konkurransetilsynet stille krav til likebehandling mht bakketjenestene i lufthavnene og gjennomsliktig prising. KT vil for øvrig ikke gripe inn mot monopolisten.

Dialogen mellom staten og monopolisten fører til at et i store trekk akseptabelt nivå på rutestruktur og frekvenser opprettholdes, selv om det er en del misnøye i enkelte områder med tungvint reisemønster og med høye priser. Staten må betale noe mer for sine tjenestereiser med fly, noe som fører til mer bruk av jernbane fra offentlig ansatte.

Staten er ellers fornøyd med at miljøulempene knyttet til luftfarten er mindre enn de ellers ville vært med konkurranse og overkapasitet i markedet.

7.2.4 Luftfartsverket

Luftfartsverket (LV) blir statlig aksjeselskap fra 2003. Dette gir i prinsippet en mer selvstendig stilling og et større ansvar for infrastrukturen. LVs rammebetingelser (samlet gebyrøkning og avkastningskrav) vil fortsatt bestemmes av Regjering og Storting. LV vil selv prioritere investeringer ut fra sikkerhetshensyn eller der hvor investeringene gir størst avkastning for LV. Samferdselsdepartementet får mindre direkte styring med LV. Dersom politikerne ønsker spesielle prioriteringer i investeringer og opprusting fra LV, må det i større grad enn tidligere følge penger med. Offentlig kjøp av flyplasstjenester vil øke, som følge av endret rutestruktur og endrede rammebetingelser.

Det viser seg å være vanskelig å utnytte den økte frihet til å differensiere gebyrer etter tidspunkt og flyplass for å kunne stimulere til konkurranse.

Som følge av sin friere stilling og den bedrede utvikling i flytransporten får LV etter hvert en noe bedre økonomisk stilling. Inntektene er imidlertid ujevnt fordelt på regioner. Flyplassene ved de største byene vil tjene brukbart og til dels svært bra, mens en del mindre flyplasser i distriktene har store problemer pga innsparringer i rutetilbudet fra monopolisten. LV vil i mindre grad enn tidligere være villig til å ruste opp perifere flyplasser der monopolisten har trappet ned tilbudet. I stedet satses det på utbygging der en har tro på framtidig gevinst.

Noen av LVs flyplasser, der man lokalt ikke er fornøyd med rutetilbudet eller investeringsnivået, vil ønske å løsrive seg på initiativ fra lokale politikere og næringslivsfolk. LV og nasjonale politikere vil imidlertid ikke selge deler av virksomheten. Det arbeides likevel med organisasjonsmodeller som åpner for lokal innflytelse og finansiering.

LV arbeider for å få inn uavhengige operatører av bakketjenester på sine flyplasser for å forhindre at prisen på disse tjenestene skrus opp for å danne barrierer mot nyetableringer. Så lenge monopolisten er alene, vil det imidlertid kun være andre utenlandsaktører som vil benytte LVs tilbud. På Gardermoen eksisterer det allerede en uavhengig leverandør av bakketjenester (ServiceAir). Et nytt EU-direktiv tilsier at det skal legges til rette for flere operatører på plasser med over 2 millioner passasjerer (Council Directive 96/67/EC).

7.2.5 Forbrukermyndigheter

Tallet på enkeltsaker tatt opp av forbrukerne vil øke noe. Dette vil delvis være en følge av opprettelsen av klagenemnda for rutefly og delvis en følge av at tilbudet for enkelte grupper føles betydelig dårligere (lenger reisetid og i visse tilfeller høyere pris). En del saker vil få medhold i klagenemnda. Dette fører til øket fokusering i media på tilbudet til monopolisten og den servicen som ytes ved forsinkelser og lignende. Forbrukermyndighetene innleder en dialog med monopolisten om forbrukerrettigheter ved kanselleringer og overbooking og som fører til klare regler på området.

7.2.6 De reisende

Den økonomiske utviklingen fører til at etterspørselen etter tjeneste- og forretningsreiser øker. Andelen forretningsreisende som benytter seg av rabatterte billetter øker også noe som følge av en større kostnadsbevissthet i næringslivet.

Antall flyreiser med private formål øker svakt. De reisende opplever at tilbudet av rabatterte seter synker samtidig som de må konkurrere med tjenestereisende om disse plassene. Rutetilbudet blir noe tynnere, og private reisende blir i større grad enn tidligere nødt til å foreta reisene på ugunstige tidspunkter for å få tilgang på rabatterte billetter. Dette skaper noe misnøye. Likevel vil det være et forbedret rutetilbud på en del tunge forbindelser, særlig i Sør-Norge, som også kommer reisende med private formål til gode.

Lojaliteten til monopolisten vil fortsatt være til stede, men noe mer tynnslitt enn tidligere. Alternativer som tog og bil benyttes i større grad enn tidligere av private reisende, mens forretningsreisende i om lag like stor grad som tidligere vil bruke fly. Krav om offentlig kjøp av flyrutetjenester reises i de strøk hvor tilbudet reduseres og reiseruta blir lengre reisetid pga flere flybytter.

Forretnings- og tjenestereisende vil få økt utgifter til flyreiser både som følge av at gjennomsnittsprisen går opp og som følge av noe økt reiseaktivitet. For de private reisende vil flyreiseutgiftene ikke øke mer enn ca prisstigningen.

7.3 Scenario 2: Kortsiktig monopolist

Dette scenariet skiller seg fra det foregående ved at monopolisten utnytter sin posisjon mer aggressivt ved å ta ut størst mulig fortjeneste på kort sikt, tilsynelatende uten å ta hensyn til hvordan virkningene av dette er på lang sikt.

Det kan være ulike grunner til et slikt handlingsmønster. En grunn kan være en tro på at markedet endres raskt. Gevinsten må derfor høstes mens man kan. En annen grunn kan være at monopolisten ikke tror at situasjonen vil bli endret som følge av egne handlinger, for eksempel at staten ikke har de nødvendige virkemidler for å hindre uttak av monopolprofitt.

7.3.1 Monopolisten

Monopolisten ønsker å trekke ut maksimal monopolprofitt. På grunn av prisfølsomheten i markedet, vil de ulike billett-kategorier likevel kun få en svak realprisøkning. Den viktigste økningen finner sted ved at antallet tilbudte rabatterte plasser blir redusert. Det lanseres dessuten nye billigbilletter på tidspunkter da svært få reiser, mens tilgangen til de vanlige økonomiklasserabattene reduseres. Samtidig justeres prisen på disse noe opp.

Tilbudt kapasitet vil være tilnærmet uendret, selv om den underliggende etterspørselen øker. Rutenettet forenkles så mye som mulig. Ruter med flere hopp (som kystruta eller ruter i nord) vil oppleve kraftige kutt. Enkelte rutestrekninger blir lagt helt ned. Relasjonene blir tilbudt bare i den grad næringslivet, og spesielt oljebransjen, trenger direkte ruter. Færre direkteruter fører til at flere må reise via

Oslo. Andre svake ruter med lavt belegg vil også oppleve kutt selv om frekvensen i utgangspunktet er lav. Ansvar for et godt rutetilbud i hele landet spilles over på myndighetene.

Kabinfaktoren blir svært høy, særlig på de lange rutene til Nord-Norge hvor innslaget av fritidsreisende er høyt. Inntekten pr passasjerkm (yield) forbedres betydelig pga et lavere innslag av rabatter.

Lav produksjon gir lave kostnader. Med høyere inntekt pr passasjer og høyere belegg i flyet, vil lønnsomheten øke kraftig. Samtidig vil også de ansatte prøve å få sin del av monopolprofitten, slik at enhetskostnadene ikke reduseres slik de burde for å kunne ta opp kampen med eventuelle nye aktører.

Storkunderabattene blir mye mindre enn tidligere. Uten konkurranse er det ikke nødvendig å gi store rabatter og rabatten kan økes igjen når nye aktører eventuelt kommer på vingene. Enkelte bedrifter ønsker derfor ikke å binde seg for lengre tid, da de håper at nye aktører skal dukke opp. Samtidig gis det likevel en viss storkunderabatt, fordi monopolisten kopler omfanget av innenriks- og utenriks flygninger i avtalene. Kunder med mye internasjonal trafikk vil derfor også få betydelige rabatter innenlands. Storkunderabattene vil i større grad differensieres etter ruteområde slik at det blir vanskelig for nye aktører å slå seg inn i forretningsmarkedet.

Hvis SAS fortsatt sliter økonomisk vil det kunne komme et politisk press for å gjeninnføre bonusordningene innenlands. Dette vil også bidra til å opprettholde kundelojaliteten.

7.3.2 Andre flyselskaper

Høye priser, høy yield og lav kapasitet vil lokke til seg potensielle konkurrenter. Selv om dette scenariet forutsetter monopol, er faren for nye inntrengere i markedet større enn noensinne. Situasjonen er paradoksalt da monopolistens handlinger motiveres av at han tror at faren for en ny inntrenger er liten, samtidig som hans handlinger i dette scenariet øker sjansen for at nye aktører melder seg.

Samtidig vet nye aktører at direkte frontal konkurranse også i dette scenariet vil få det samme tilsvar fra monopolisten (økt kapasitet, økt rabattering og storkundebonus på utsatte ruter). Videre vil manglende interline-avtaler kunne være en barriere.

Igjen er det mest sannsynlig at det er innenfor nisjer innenlands eller utenlands at en konkurrent vil etablere seg innenfor dette scenariet.

7.3.3 Staten sentralt

Monopolistens tilstramming skaper politisk turbulens, men statens ulike roller blir i liten grad koordinert (rollen som eier, ansvarlig for transporttilbud, fastsetter av rammevilkår og konkurransemyndighet). I tillegg viser det seg vanskelig å gå inn med regulering av priser og kapasitet etter at Lufthansa fikk medhold i sin anke mot inngripen i deres prissetting på ruten Berlin – Frankfurt. KT ønsker å begrense monopolistens makt, men har ikke sterke nok virkemidler til rådighet. I tillegg

er det uro i europeisk luftfart og svak lønnsomhet. Dette gir ingen sterk grobunn for å svekke det nasjonale flyselskapet i kampen mot utenlandske konkurrenter.

Det er liten kontakt mellom staten og monopolisten. Samferdselsdepartementet (SD) evner ikke å påvirke rutetilbudet. SD må derfor etter lokalt og nasjonalt press å gå inn med stadig mer omfattende kjøp av tjenester, som nå ikke bare omfatter det regionale nettet, men også stamrutenettet i større grad enn tidligere. Dette setter igjen press på omfanget av offentlig kjøp innenfor tradisjonell regional-flygning (både på lufthavn- og rutesiden).

Staten forlenger sin storkundeavtale som andre, rabattene er mindre enn før og rabattvilkårene varierer etter konkurranseforholdene på ruta. Statlig salg av SAS-aksjer er mer aktuelt en noen gang før.

Staten er ellers fornøyd med at miljøulempene knyttet til luftfarten reduseres pga færre avganger. Videre vil togets markedsgrunnlag øke og NSBs inntekter øke.

7.3.4 Luftfartsverket

LV vil i kraft av sin nye og mer selvstendige stilling som statlig aksjeselskap oppgradere kun de mest interessante lufthavnene i det innenlandske nettet. Hvilke dette omfatter, er resultatet av monopolistens prioriteringer og kjøp av rutetjenester fra SD. I tillegg tas det hensyn til hvilke lufthavner som har ruter til utenlandske destinasjoner. Lufthavner med redusert rutetilbud vil ikke bli prioritert (kun nødvendig vedlikehold). Noen få lufthavner vil bli nedlagt og vil på den måten frigjøre midler for opprustning og bedre vedlikehold av det prioriterte flyplassnettverket.

Lokal / regional misnøye med dårlig tilbud medfører at enkelte flyplasser skilles ut som egne aksjeselskap med lokal overtakelse av aksjemajoriteten. Staten har ikke råd til å drive alle underskuddsplassene og tillater dette. Samtidig endres ikke monopolistens tilbud av dette, og presset på staten for å kjøpe flere rutetjenester øker derved.

LV ønsker gebyrer som letter adgangen for nye aktører på norske innenlandsruter. Det kan gjøres ved å gi åpningsrabatter for nye aktører eller å differensiere i tid og rom med tanke på å utløse trafikk der tilbudet er svakt. I praksis er det vanskelig å få dette til. Svak økonomi gjør det vanskelig å senke gebyrene i et omfang som monner. Svak økonomi fører til oppsigelser og forenklet drift i LV. I tillegg vil en sterkere søke å utnytte sin monopollokalisering kommersielt.

Etablering av en uavhengig operatør av bakkjetjenester står fortsatt på agendaen. Mulighetene for å få realisert et tilbud på flyplasser hvor nye aktører kunne kommet inn, er fortsatt små så lenge ikke andre aktører kommer inn, selv om lokaler tilbys for en billig penge.

7.3.5 Forbrukermyndigheter

Det vil bli en sterk økning både i generelle klagesaker i media på dårlig rutetilbud og høyere priser samt i enkelklager til de ulike bransjeklagenemndene og til de regionale forbrukerkontorene. Forbrukerombudet bruker direkte henvendelser og media for å passe på at monopolisten ikke går for langt i å utnytte sin stilling. Tal-

let på saker som får medhold i Forbrukerrådet og ulike klagenemnder øker sterkt. Dette får imidlertid i svært begrenset grad konsekvenser for monopolistens linje mhp priser og markedsføring. Samtidig vil monopolisten ønske å holde et ”personlig” godt forhold til publikum ved å hjelpe passasjerer som er utsatt for forsinkelser og kanselleringer (i motsetning til lavprisselskapene).

7.3.6 De reisende

Den underliggende inntekts- og etterspørselsvekst burde føre til et økt reiseomfang, men kapasitetsreduksjonen, økte priser og lav tilgang på rabattbilletter bidrar til å holde igjen veksten. Andelen forretningsreisende som benytter rabattbilletter øker (større kostnadsbevissthet i næringslivet), mens antall private flyreiser går tilbake til tross for inntektsvekst. De reisende opplever at tilbudet av rabatterte seter synker samtidig som de må konkurrere med tjenestereisende om disse plassene. Dette medfører økte priser på de mest populære rabattene som folks flest har anledning til å benytte. Lokkepriser på svært ugunstige tidspunkter benyttes av flere. Gjennomsnittlig billettpris øker i alle markedssegment.

Mer tid brukes på reising pga tynnere rutetilbud, lav frekvens, fulle fly og økt avvisning: Videre må reiser oftere må gå via Oslo. Alt dette skaper etter hvert sterk misnøye overalt, men særlig i de distrikter som er hardest rammet. Dette gir noe overgang til tog og bil, og noe bortfall av reiser. Tog og bil vil på lange avstander kunne få en kraftig trafikkvekst i Sør-Norge.

Forretningsreisende er til en viss grad bundet opp til monopolisten gjennom stor-kundeavtaler og eventuelt bonuskort (i alle fall på utland). For de private reisende er lojaliteten i mindre grad tilstede, om ikke helt fraværende. Det vil være et stigende ønske om å få inn mer konkurranse på det innenlandske markedet.

7.4 Oppsummering, kvantifisering og drøfting

Scenariene som er beskrevet over, kan punktvis oppsummeres slik:

	Langsiktig monopoltilpasning	Kortsiktig monopoltilpasning
Kapasitet	Svak økning	Uendret
Pris	Uendret	Noe økning
Rabattering	Mindre	Mye mindre
Ruter	Noe rasjonalisering	Sterk rasjonalisering
Storkunderrabatter	Reduseres	Reduseres mye
Trafikk	Noe økning	Uendret
Kabinfaktor	62-63 %	66% +
Statlig kjøp	Noe mer	Mye mer
Flyplasser	Noe svak økonomi, organisering utredes	Dårlig økonomi, oppsigelser, lokal overtakelse
Nye aktører	Nisjer	Nisjer, men økt sjanse for nye
Opinion, media	Misfornøyd	Svært misfornøyd
Miljø	Lave utslipp	Svært lave utslipp

TØI rapport 586/2002

Vi har søkt å *kvantifisere* hvordan scenariene kunne se ut på ulike ruteområder. Startpunktet er forholdene mht tilbud og trafikk første halvår 2001 som er gjort om til å gjelde hele året. I beregningene er det antatt at etterspørselen tar seg opp igjen etter reduksjonen i flytrafikk og kapasitet hittil i 2002, og dessuten forutsatt 2,5 % årlig vekst innenlands som følge av fortsatt økonomisk vekst i samfunnet.

Videre antas det en prispølsomhet i markedet på -0,8 som anvendes på monopolistens yield-utvikling. I det langsiktige alternativet er denne forutsatt realøkning i yield fram mot 2010 i forhold til 2001 på 2 %, mot 22 % i det kortsiktige alternativet.

Antall rundturer er satt inn manuelt med tanke på å oppnå rimelige kabinfaktorer gitt den trafikkutvikling beregningene gir. Forutsetninger om flystørrelse er ikke vist, men varierer relativt lite.

Kostnadene (i realpris) er forutsatt konstante. Videre er det antatt at alle kostnader varierer i takt med produksjonen. Det kan imidlertid være vanskelig (på kort sikt) å kvitte seg med visse typer kostnader ved nedskalering av produksjonen.

Beregningene av overskudd må ikke oppfattes bokstavelig (se kapittel 3). Dette gjelder ikke minst beregninger av framtidige overskudd. Endringer over tid og forholdet mellom ruteområder gir likevel brukbar informasjon om utviklingen.

Med en langsiktig monopolist avvikles nær 20 % høyere trafikk med en svak økning i produksjonen fra 2001. videre antas det en svak økning i yield (2 %).

Med en kortsiktig aggressiv monopolist blir trafikken kun 3 % høyere i 2010 enn i 2001⁷. En antatt yield-økning på 22 % fører til et trafikkbortfall, men en underliggende etterspørselsvekst virker i motsatt retning. Trafikken avvikles med en produksjon som er ca 15 % lavere enn i 2001. Inntektene er 27 % høyere slik at overskuddet øker dramatisk. Samlet overskudd vil i de to scenariene variere fra 1,5 – 3,5 milliarder kroner pr år.

Tabell 7.1 Trafikk, rutetilbud, kabinfaktor og overskudd etter ruteområde, 2001 og to alternativer for 2010.

	1000 passasjerer			Daglige rundturer		
	2001	Lang*	Kort*	2001	Lang	Kort
3 hovedruter i sør	3600	4450	3950	84	84	69
Andre stamruter i sør	1500	1700	1500	38	38	30
Kystruta	1600	1800	1550	60	56	40
Oslo - til/fra nord	1500	1900	1600	31,5	37	30
Trondheim – nord	450	450	400	12,5	10	8
Internt nord	570	650	580	19	25	21
Totalt	9220	10900	9500	245	250	198
	Kabinfaktor (%)			Overskudd (prosent)		
	2001	Lang*	Kort*	2001	Lang	Kort
3 hovedruter i sør	57	63	67	13	44	82
Andre stamruter i sør	52	60	65	-2	14	50
Kystruta	55	59	65	-21	-3	41
Oslo - til/fra nord	61	65	69	20	29	65
Trondheim – nord	48	61	66	-5	18	53
Internt nord	62	64	66	-34	-40	-26
Totalt	57	63	67	1	19	55

TØI rapport 586/2002

*Lang: Lansiktig monopolist 2010, Kort: kortsiktig monopolist 2010.

Det er forutsetningene om økt yield og kabinfaktor som skaper overskuddet. Beregningene viser hvor raskt overskuddet kan svinge i luftfarten. Endrede konkurranseforhold og etterspørselsforhold (betalingsvilje) kan raskt endre forutsetningene. Dette er også et argument for at en monopolist ikke vil tenke særlig langt framover, men søke å ta ut overskudd mens han kan, ikke minst hvis han i forkant har tapt mye penger i det samme markedet.

Slik sett er også scenariet kortsiktig monopolist for et tidspunkt så langt fram som 2010 litt selvmotsigende. Mye kan skje innen den tid og det er lite sannsynlig at et så lukrativt marked får være i fred.

I hvilken grad monopolisten vil utnytte sin posisjon avhenger for øvrig av:

- Monopolistens oppfatning av faren for en ny inntrenger i markedet
- Reaksjoner i opinionen og i markedet (dets prisfølsomhet)
- Monopolistens oppfatning av myndighetenes styrke på kort og lang sikt (selv om mye i dag er overlatt til markedet, kan dette på sikt strammes til igjen dersom utslagene blir uheldige og det vet monopolisten).

⁷ I begge scenarier tas det utgangspunkt i at trafikken i 2002 er ca 10 % lavere enn i 2001 (basert på 1. halvår).

Trolig vil monopolisten regne med at nye aktører vil melde seg (i alle fall sier representanter for SAS dette). Videre er prisfølsomheten i markedet i høyeste grad reell. Sterk trafikkreduksjon som følge av redusert tilbud og redusert tilgang på billigbilletter i våren 2002 tyder på dette (se kapittel 8). Samtidig kan monopolisten prøve og feile. Hvis prisene eller tilgjengeligheten på bestemte billett kategorier fører til redusert trafikk, kan begge deler raskt justeres for å optimalisere profitten. Igjen er dette et argument for at monopolisten vil prøve å ta relativt mye ut av markedet med en gang.

Forholdet til myndigheter og opinionen kan bidra til å holde igjen monopolisten. Imagetap kan også ha inntektseffekter. Videre kan reguleringsregimet på lang sikt strammes til dersom politikere/opinion blir svært misfornøyd.

Et siste moment for kortsiktig tenkning er at aksjemarkedet ikke er særlig langsiktig. Det er kontantstrømmen de nærmeste år som teller. På mange måter kan scenariet med en langsiktig ”snill” monopolist vurderes som en ønsketenkning som tar hensyn til produksjonsforholdene og ikke tar inn over seg de harde konkurransevilkår som råer i internasjonal luftfart.

Gitt at monopolisten er kortsiktig og aggressiv, vil trolig nye aktører entre arenaen. De vil gjerne ha en del av det markedet som monopolisten skummer. Det er derfor lite sannsynlig at monopolisten får være alene fram mot år 2010. Monopolscenariet som sådan går dermed over til et konkurranseregime. Monopolisten tilsvaret til nye aktører vil trolig være høyere kapasitet og pristilbud. Samtidig har han i monopolperioden opparbeidet seg inntekter til å kunne stå i mot angrepet.

8 Utviklingen det første året med monopol på innenlandsrutene

8.1 Overtakelsen

Hva har så skjedd det første året etter overtakelsen? Har SAS-gruppen opptrådt med et kortsiktig perspektiv for å tjene inn så mye som mulig av det tapte på det norske innenriksmarkedet, eller har man gått mer forsiktig til verks? Tilbuds- og kapasitetutviklingen vil være viktige indikatorer for å vurdere dette, men vi vil først si litt om overtakelsen og hendelser etter dette.

SAS sluttet en avtale med Braathens om overtakelse av aksjene i mai 2001. Prisen var 35 kr pr aksje, noe som innebar at Braathens ble verdsatt til 1.1 mrd kr. Etter at overtakelsen ble formelt godkjent, gjennomførte selskapene en forhandling om den endelige overtakelsesprisen. Prisen ble da satt til 28 kr pr aksje, eller rundt 870 mill kr for hele Braathens. Denne avtalen ble gjort mellom SAS og Braathens-familien og KLM (Aftenposten 4.12.2001). SAS ville ikke ha det svenske datterselskapet Malmø Aviation med på kjøpet. Det ble overtatt av Braathens-familien for 1 kr.

KT var i utgangspunktet skeptiske til overtakelse og varslet innsigelse mot overtakelsen (varsel 20.8.2001). Overtakelsen ble senere likevel godtatt, da det ikke var andre som var interessert i å overta Braathens og fordi alternativet til overtakelse ble ansett å være en konkurs (vedtak 23.10.2001).

I den perioden man avventet endelige godkjennelse av overtakelsen, var selskapene naturlig nok forsiktig med formelt samarbeid. Samtidig ble det sendt signaler fra SAS om at kapasitetskutt var nødvendig for Braathens i lys av overkapasiteten i det innenlandske markedet. Det var nok også en felles oppfatning i begge selskaper at det var nødvendig å ta igjen det tapte fra 1999.

SAS regnet med å spare 600 mill kr i 2002 som følge av overtakelsen. Tre år senere vil det årlige synergievinstene ligge på 900 mill kr (Nettavisen 22.5.2001 og Dagens Næringsliv 12.2.2002). SAS anslår selv i sin årsberetning for 2001 at synergievinstene av overtakelsen vil ligge på 800 mill kr i 2002 og at de deretter vil øke ytterligere. Ellers var styrket hjemmemarked og flere passasjerer inn i SAS trafikknett et viktig motiv for overtakelse. En overtakelse ville gjøre det mulig å oppnå samme kabinfaktor som på de svenske innenriksrutene som da var 64 %. I praksis vil dette si at man ville utnytte sin monopolsituasjon til å redusere kapasiteten for å oppnå fulle fly.

Redusert kapasitet gir reduserte kostnader, men ikke alle typer kostnader lar seg like lett redusere. En del kostnader er faste på kort sikt og noen på mellomlang sikt (se kapittel 3). I våre beregninger trekkes alle kostnader inn som en funksjon av produksjonsvolumet. Det vil si at f eks kapitalkostnader og administrasjon også

trekkes inn. Beregningene gir således et uttrykk for langsiktige besparelser, men som ikke nødvendigvis er realiserbare på kort sikt.

Denne typen kostnader er likevel i fokus. Til Nettavisen sier pressetalskvinne Siv Meisingseth at administrasjonssiden i SAS skal kutte kostnadene med 35 til 40 prosent (Boarding 31.5.02). En del administrative funksjoner kan reduseres ved sammenslåing av SAS og Braathens, men samtidig skal Braathens bestå som eget selskap og dermed egen organisasjon.

Videre ligger det synergieffekter i at man ikke trenger doble organisasjoner. Dette gjelder særlig på bakke- og salgstjenester. Et grep som er benyttet er å skille ut funksjoner som skal drives felles.

Scandinavian Ground System (SGS) skal stå for alle bakketjenester (fly- og bagasjehåndtering og innsjekking). Våren 2002 var det stor turbulens knyttet til hvem som ble overflødig, SAS- eller Braathens-ansatte. Det er antydning at 800 årsverk av anslagsvis 2000 skal vekke (Aftenposten 24.4.2002). Det er særlig på mindre stasjoner hvor man er i nærheten av minimumsbemanning at bortfallet av doble organisasjoner vil gi effekt, men også på Gardermoen vil det bli kutt. Kostnader ved sluttpakker og omstilling gjør at gevinstene ved dette neppe kan realiseres før i 2003.

Drøyt 1000 Braathens-ansatte blir berørt av overføring av bakketjenestene til SGS. Det er antydning at ca 300 av Braathens ansatte vil kunne gå over til SGS, 400 vil motta sluttpakker (eldre arbeidstakere) og 330 vil inngå i en rekrutteringspool med 75 % lønnsgaranti ut 2003. Totalt vil SAS-konsernet, i henhold til egne opplysninger, spare 260 millioner kr pr år på at bakketjenestene drives av SGS. Da Braathens har hatt mer kostnadseffektiv drift enn SAS, må også andre forhold enn kostnadsbesparelser være viktige for SAS i beslutningen om hvem som må slutte.

Salgscenter (Scandinavian World Sales) skal opprettes felles for de to selskapene. Det blir avvirket doble salgsorganisasjoner i en del byer. Samtidig er også disse tjenestene delvis volumavhengige. Overgang til Internet-bestilling og billettløse system bidrar til å redusere behovet for salgspersonale.

Flyfrakt vil også foregå under ett selskap. Oppgaver knyttet til administrasjon, salg og drift av terminaler blir da redusert. SAS har antydning at totalt 80 årsverk er overtallig i begge organisasjoner. Hvis vi antar at lønn og sosiale kostnader utgjør 500 000 kr pr årsverk, innebærer dette en årlig besparelse på 40 millioner kr.

8.2 Trafikk- og tilbudsutvikling

Rutetilbud og kapasitet

En monopolist vil i følge teorien redusere kapasitet for å oppnå så fulle fly som mulig. Videre vil han for å utnytte flyene gjennom døgnet søke å presse fritidstrafikken over til tidspunkter da forretningstrafikken ikke vil fly, dvs midt på dagen eller sent på kvelden på hverdager, og i helgene.

Vi har vist at kapasiteten var på topp vinteren 1999, etter at Gardermoen åpnet og mens konkurransen var som hardest. Da var det stor overkapasitet i markedet. Til

tross for omfattende rabatter var kabinfaktoren svært lav (SAS 53 % og Braathens 52 %).

Fra 1999 til vinteren 2001 ble kapasiteten gradvis redusert, men både SAS og Braathens var tilbakeholdne med større kutt i produksjonen etter at Color Air forsvant. Ingen ville gi bort markedsandeler til den andre. Det var først og fremst i Sør-Norge at kapasiteten gikk ned i denne perioden.

Deretter har det gjennom 2001 vært flere kapasitetsreduksjoner. I april 2001 ble ni av 151 rundturer fra Oslo sløyfet. I november 2001 ble 3-4 turer til sløyfet. Det store kuttet kom januar 2002, hvor 20-21 turer ble sløyfet. Senere har det blitt lagt til 4-5 rundturer. Likevel var SAS-gruppens kapasitet (setekm) i Norge ca 15 % lavere i perioden januar-mai 2002 enn tilsvarende periode året før. Antall frekvenser er redusert med ca 20 % da flygningene er lengre og noe større fly er benyttet.

Fortsatt er det først og fremst Sør-Norge som opplever størst kapasitetsnedgang. Samtidig er det satt inn noe større fly. SAS har satt inn 4 Boeing 737-800 med 179 seter innenlands. Antall frekvenser fra Oslo er redusert til 2/3 av toppåret 1999. Antall frekvenser er faktisk nede på 1995-nivå for Sør-Norges del. Kystruta har også fått kraftige kutt i det siste (figur 6.1), mens ruter til Nord-Norge er mer eller mindre uberørt.

Tabell 8.1 Antall daglige rundturer ut av Oslo 1996-2002

Oslo-	Jan 1996	3.kv 1999	Jan 2001	April 2002
Kristiansand	7	13	12	8
Stavanger	24	31	25	20
Haugesund	8	11	6	6
Bergen	25	37	28,5	22
Ålesund	6	16	10	7
Molde	5	5	5	5
Kristiansund	4	4	5	5
Trondheim	27	38	29,5	23
Bodø	7	11	10,5	7
Evenes	5	7	7	5
Tromsø	9,5	12	12,5	10
Bardu	0,5	-	0,5	3
Alta	-	-	-	2
Kirkenes	-	1	-	1
Totalt	128	186*	151,5	124
Sør-Norge	106	155	121	96
Nord-Norge	22	31	30,5	28

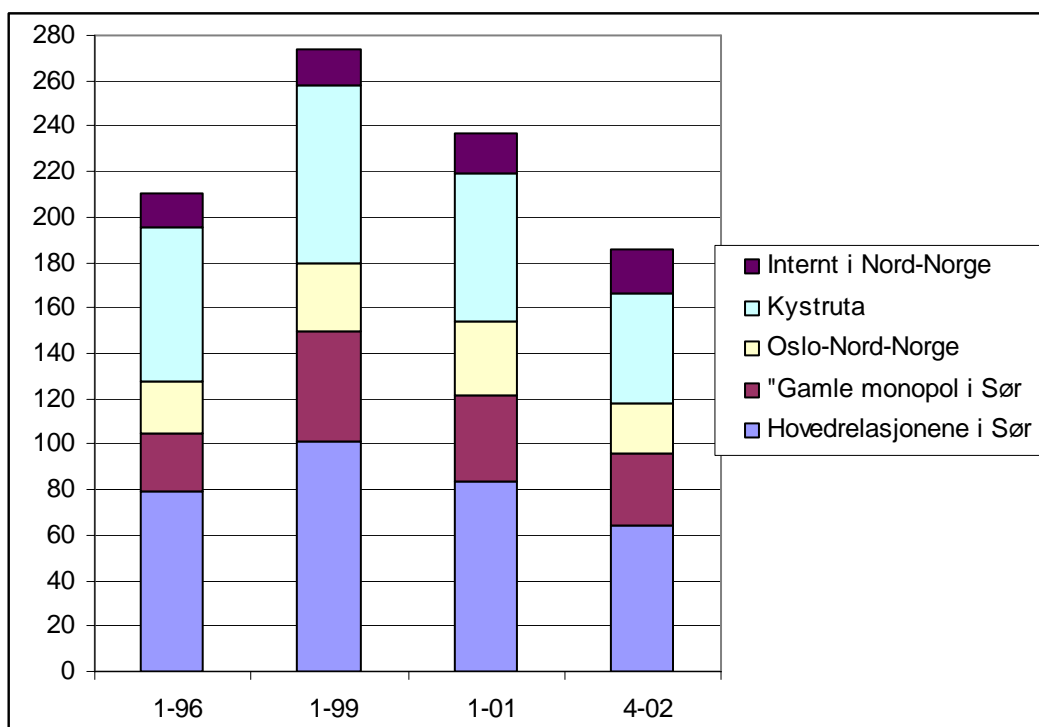
TØI rapport 586/2002

* Derav 14 med Color Air (5 til Bergen og Trondheim, 4 til Ålesund)

Nytt i Nord-Norge er at Bardu, Alta og Kirkenes får direkteruter til Oslo. Dette gir lavere produksjonskostnader enn å produsere de samme transporttjenestene med mellomlanding. I august 2001 gikk fire jetfly fra Oslo via Tromsø til Alta. Nå går to direkte Oslo - Alta, mens Tromsø - Alta betjenes av Fokker 50, fem ganger daglig.

Kirkenes hadde en jet fra Oslo via Tromsø og 2 Fokker 50 fra Tromsø via Alta. Når går en jet direkte Oslo- Kirkenes og en jet fra Oslo via Tromsø. I tillegg går det en Fokker 50 direkte fra Tromsø og to flighter Tromsø – Kirkenes med en mellomlanding.

På kystruta er antall stopp på Ålesund redusert, Trondheim - Kristiansund er sløyfet og det er færre avganger Trondheim – Bodø/ Tromsø. Dette er igjen en rasjonalisering av rutenettet som bidrar til lengre gjennomsnittshopp og færre reisende som får mellomlanding. På den annen side blir tilbudt frekvens lavere, og noen flere vil kanskje måtte reise via Oslo. Denne typen innstramning av kjedede ruter og en fokusering på navet (Oslo) er akkurat det man kunne forvente at en monopolist ville gjøre i begge scenarier.



TØI rapport 586/2002

Figur 6.1. Antall daglige rundturer etter ruteområde 1996-2002.

Trafikk

I grove trekk har trafikkutviklingen fulgt kapasitetsutviklingen, men med noe mindre utslag. Mens frekvensene økte med ca 30 % fra 1996 til 1999 og deretter ble redusert med 33 %, økte trafikken på stamrutene med 16 % 1996-99 og falt deretter med 10 % i perioden 1999-2001. Trafikknedgangen har i hovedsak rammet Sør-Norge og da relativt likt på alle stamruteflyplasser.

Tabell 8.2 Trafikkutvikling 1996 – 2001 på stamruteplassene. Prosent.

Område	1996-1999	1999-2001
Norge	16,4	-10,1
Sør-Norge	17,8	-12,7
Nord-Norge	11,7	0,0

TØI rapport 586/2002

Nedgangen ser ut til å fortsette utover 2002, med anslagsvis 10 % lavere trafikk enn året før i første halvår. Trafikken opplevde et fall på drøyt 10 % fra oktober 2001. SAS må kunne sies å ha strammet relativt kraftig til i det norske markedet for å oppnå gevinst på kort sikt. Samtidig må det tilføyes at også markedsmessige forhold i seg selv gav grunn til å redusere kapasiteten (11. september og usikre økonomiske utsikter). I utgangspunktet hadde nok SAS håpet på mindre trafikkreduksjon og høyere kabinfaktor på det tidspunkt beslutninger om redusert kapasiteten ble fattet.

Trafikken ligger nå på 1995-96 nivå samtidig som det har vært en inntektsvekst i perioden (BNP og privat konsum har vokst med nær 3 % årlig). Dette sammen med kapasitetskuttene og kabinfaktoren tyder på at det ligger et latent ikke utløst trafikkpotensial. Tidspunktet er derfor gunstig for etablering av mer kapasitet eller en ny aktør i markedet, selv om de økonomiske utsiktene pr august 2002 er noe usikre. Om denne vil ha sjanse til å lykkes vil bli avhenge av hvilke tilsvar SAS gir.⁸

8.3 Priser og inntekter

Prisene har som tidligere vist økt kraftig etter 1999. Samtidig må det tas høyde for passasjeravgiften på alle innlandsruter. Den ble innført 1.4.2001 og avviklet ett år etter. Når vi ser bort fra denne, har flyprisene økt med 39 % siden 1998 mot en generell prisstigning på 10 % i samme periode. Dette innebærer en realprisøkning på 26 %.

Tabell 8.3 Prisutvikling flyttransport 1998-2002

År	Indeksverdi
1998	100,0
1999	103,6
2000	119,4
2001	142,8
Februar/mars 2002	157,0
April/mai 2002	138,8

Kilde: SSB konsumprisindeksen. Gjelder 5 billetter på 6 innlandsruter og 2 utenlandsruter.

Endringer i rabatter, herunder storkunderabatter, medfører at selskapenes inntekter ikke nødvendigvis har hatt samme utvikling som prisen på de enkelte billetter. Selskapenes inntekter pr produsert enhet er på mange måter et sammenveid mål på prisutviklingen. For Braathens har vi tall for perioden 1990-2000. Den prisjusterte yelden har gjennomgående vært fallende. Noe skyldes Braathens

⁸ Etter at rapporten var skrevet har Norwegian Air Shuttle sagt at de vil starte flygninger mellom Oslo og Stavanger, Bergen, Trondheim og Tromsø. Bortfallet av bonuspoeng og storkundeavtale med staten (tur-retur billetter til 1700 kr i Sør-Norge og 3000 kr t/r Tromsø) bidrar også til øke sjansene for suksess. SAS har redusert sine priser noe og også kommet med Internet-tilbud som matcher de nye prisene til NAS.

inntreden på de lange rutene til Nord-Norge fra slutten av 1994. Det er tidligere beregnet at dette reduserte yelden med 9 % (Lian 1996) som følge av sterkt avstandsdegressive inntekter og kostnader.

Tabell 8.4 Inntekt pr passasjerkm (yield) innenlands for Braathens 1990-2000.

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Yield	1,58	1,68	1,72	1,70	1,65	1,60	1,52	1,71	1,78	1,55	1,77
Yield, prisjust.	1,89	1,94	1,94	1,88	1,80	1,70	1,59	1,75	1,78	1,52	1,68

Kilde: Braathens årsberetninger.

Ellers lå yelden i 2000 på samme nivå som i 1998, mens prisene hadde steget med ca 20 % i perioden. Økende rabatter, ikke minst i storkundemarkedet, kan være en forklaring på dette.

Det er særlig etter 1999 at yelden har steget. SAS har hatt en kraftig økning i sin yield i Norge alt fra år 2000. Dette har skjedd samtidig med at prisene er økt og kapasiteten er kraftig redusert. Dette er klassisk monopoladferd. Braathens hadde en yield-økning på linje med SAS. Dette tyder på en svært kraftig tilstramning i det norske markedet, som var det eneste markedet i SAS-systemet som viste yield-forbedring i 2001. 1. kvartal 2002 har fortsatt på samme måte. Svært sterk yield-økning i Norge, men ellers nedgang (bortsett fra dansk innenriks). Dette kan ikke tolkes på andre måter enn at selskapet nå ønsker, og har mulighet til, å ta igjen det tapte fra markedsandelskampen i 1999.

Tabell 8.5. SAS Yield norsk innenriks, endring fra foregående år 1998-2002

År	Endring
1998	+2,3
1999	-4,4
2000	+9,9
2001	+12,2
1h 2001	+9,8
2h 2001	+14,6
1 kv 2002	+17,3

TØI rapport 586/2002

En grunn til yield-økningen er nedgangen i fritidstrafikken (ned 8 % i 2001). Da fullprismarkedet var uendret, medfører dette høyere gjennomsnittspris. Prisøkninger i størrelsesorden 25-30 % de siste to årene og avgiftsøkningen fra 1.4.2001 blir fremhevet i SAS Årsberetning for 2001 som grunner for redusert volum. Denne tendensen, omtalt som "en bedre mix mellom Business Class og Economy Class", betyr i praksis at fritidstrafikken svikter eller presses ut av markedet av redusert kapasitet og et stabilt forretningsreisemarked.

Utover i 2002 ser det ut til at også forretningsmarkedet stagnerer. Dette medfører at kabinfaktoren ikke stiger så mye som forventet tatt i betraktning de kraftige kapasitetskuttene på 15-20 % pr januar 2002. Kabinfaktoren lå i 1. kvartal fortsatt

under 60 % både for SAS og Braathens. Også i april-mai 2002 hadde selskapene samlet en kabinfaktor på under 60 %, til tross for at passasjeravgiften på 256 kr t/r var fjernet.

Det kan være flere årsaker til trafikksvikten, hvorav de tre første trolig er mest viktig:

- En konjunkturedring har rammet forretningsmarkedet, supplert av etterdønninger etter 11. september, og som har stoppet planlegging av nye prosjekter og dermed redusert reiseomfanget.
- Taket er nådd mht hvilke priser fritidstrafikken tåler. I 1996 kostet Billy/Jackpot billetter i Sør-Norge ca 800 kr. Justert for 15 % prisstigning i perioden, tilsvarer dette 920 kr i dag, mens Weekend14 med retur søndag koster 1323 kr og Weekend21 (ikke søndag) koster 1108 kr. Dette tilsvarer en realøkning på 400 kr for tilsvarende billett og 200 kr for billigste billett.
- Redusert tilgang på billigbilletter på ønskelige tidspunkter. Med redusert kapasitet er det færre plasser til fritidsmarkedet igjen etter at Business-setene er reservert. Fritidstrafikken lar seg ikke presse ut på ubeleilige tidspunkter. Et stramt tidsbudsjett gjør oss stadig mindre tidsmessig fleksible også i privatlivet.
- Kriser i luftfarten og negativ oppmerksomhet rundt SAS gjør at folk lar være å reise eller reiser på andre måter. Negativ image kan medføre at folk tror det er dyrere å fly enn det faktisk er.
- Verdiendringer i samfunnet som vrir forbruket mot andre sektorer.

8.4 Konsekvenser og lønnsomhet

Fra 1. april 2002 delte SAS og Braathens landet mellom seg, men dette gir små virkninger for SAS-gruppen totalt. Direkte flygninger til Alta/Kirkenes og rasjonalisering på kystruta fører imidlertid til lengre hopp og reduserte enhetskostnader.

Vi har i vår sammenlikning tatt utgangspunkt i situasjonen 1. halvår 2001 og 1. halvår 2002, men multiplisert trafikktall med 2 for å få tilnærmede tall for årstrafikk og "årseffekter". Vi har antatt ca 10 % lavere trafikk i 2002 enn i 2001 og en yield som er 11 % over 2001. Dette er rimelige antakelser for første halvår ut fra trafikktallene pr mai (-10%) og opplysningene om en økning i SASs yield i Norge på 17 % for 1. kvartal 2002. Hvis vi forutsetter at andre faktorer bidrar til uendret etterspørsel, innebærer dette en prisfølsomhet på om lag -0,9.

Med disse forutsetningene bedres lønnsomheten radikalt. Regnestykket forutsetter imidlertid at alle kostnader lar seg redusere i 2002 i takt med produksjonsreduksjonen. Dette er selvsagt ikke tilfelle, men peker likevel på at det her ligger en stor langsiktig gevinst for monopolisten. Det teoretiske overskuddet for monopolisten er med vår kostnadsmodell beregnet til ca 1,6 milliarder kr.

I forhold til scenariene antydnet i kapittel 7, kan vi se at SAS-gruppen har gått langt i retning av å ta ut så mye overskudd i Norge som mulig på kort sikt. Det største avvi-

ket ligger i at etterspørselen ser ut til å svikte langt mer enn forventet. En monopolist vil forventes å oppnå høyere kabinfaktorer enn 60 %. Dette kan endre seg utover året hvis etterspørselen tar seg opp igjen. Underskuddene i tabellen antyder videre hvor det kan forventes ruteendringer og hvor staten kan bli tvunget til å gå inn med offentlig kjøp.

Tabell 8.6. Trafikk, rutetilbud, kabinfaktor og overskudd etter ruteområde, 2001 og 2002.

	1000 passasjerer		Dagl. rundturer		Kabinfaktor %		Overskudd %	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
3 hovedruter i sør	3600	3350	84	65	57	61	13	52
Andre stamruter i sør	1500	1270	38	30	52	56	-2	17
Kystruta	1600	1340	60	47	55	56	-21	-6
Oslo - til/fra nord	1500	1400	31,5	28	61	64	20	39
Trondheim – nord	450	340	12,5	8	48	57	-5	20
Internt nord	570	500	19	17	62	65	-34	-28
Totalt	9220	8200	245	195	57	61	1	25

TØI rapport 586/2002

Oppsummert bidrar produksjon og lengre hopp til teoretiske kostnadsbesparelse på ca 20 %, mens kombinasjonen av økt yield og færre passasjerer bidrar til at inntekten er uendret. Regnestykket forutsetter at alle kostnader reduseres i samme takt som produksjonen endres. For mange kostnadstyper vil det ta mer tid å realisere reduksjoner. SAS har selv beregnet at besparelsene knyttet til sammenslåing av organisasjoner for bakketjenester, salg og flyfrakt totalt vil gi besparelser på 340 millioner kr.

Gjennomsnittsprisen pr enkeltreise vil i disse beregningene øke fra 900 kr til 1000 kr. Passasjerene vil i gjennomsnitt betale ca 100 kr mer pr reise, dvs totalt 820 millioner kr. Dette er overføringer fra konsument til monopolist (areal C i figur 4.1).

Det samfunnsmessige tapet på konsumentensiden er knyttet til trafikkbortfallet som økt gjennomsnittspris er opphav til (areal A i figur 4.1). Dette tapet er om lag 50 millioner kr ($100 \text{ kr} \cdot \text{økt billettpris} \cdot 1 \text{ million færre passasjerer} / 2$). Disse tallene forutsetter at trafikkbortfallet ikke skyldes andre forhold enn prisøkningen, og ser bort fra effekter i form av endret reisetid og frekvens. Likevel illustrerer tallene størrelsesordenen på effekter av overgang fra duopol til monopol. Differanser i forhold til en frikonkurranse-situasjon ville trolig vært langt større.

For luftfartsverket vil inntektsbortfallet ligge rundt 10 %. Dette fører til utsatte investeringer og problem med å finansiere de svakest trafikkerte flyplasser. Staten har så langt ikke gått inn med ekstra kjøp av tjenester det siste året som følge av monopolistens kapasitetsreduksjoner. Det ligger også en miljøgevinst i at utslippet blir mindre, både totalt og også pr flyreise hvis kabinfaktoren øker.

8.5 Konklusjoner, oppfølging

Teoretiske betraktninger og erfaringer fra andre markeder indikerer at en monopolist vil reduseres kapasiteten for å oppnå høyere enhetspriser til lavere kostnader. Dette gir økt overskudd for monopolisten og et samfunnsmessig tap knyttet til trafikkbortfallet.

SAS-gruppens handlinger i 2001/2002 har vært helt i tråd med dette. Kapasiteten er redusert med 15 % i setekm, nær 20 % når det gjelder antall avganger og enhetsinntekten har økt relativt sterkt. SAS må kunne sies å ha strammet relativt kraftig til i det norske markedet med tanke på å oppnå gevinster på kort sikt. Samtidig må det tilføyes at også markedsmessige forhold i seg selv gav grunn til å redusere kapasiteten (11. september og usikre økonomiske utsikter).

I luftfarten endres konkurranseforholdene raskt. Videre hersker det stor usikkerhet for tiden, ikke minst rundt det tidspunkt SAS-gruppen besluttet å trekke ned kapasiteten i Norge. Det er derfor på mange måter forståelig at monopolisten anlegger et kortsiktig perspektiv på utnytting av sine monopolfordeler. Skulle en ny konkurrent komme inn, kan monopolisten dessuten raskt endre sitt tilbud. En scenario som forutsetter en langsiktig ”snill” monopolist som balanserer markedets behov, slik at opinion og myndigheter ikke reagerer negativt, er kanskje derfor mer urealistisk.

Gitt kapasitetsnedgangen skulle en forvente høye kabinfaktorer som jo er monopolistens mål. Dette har ikke slått til så langt. Bakgrunnen kan være stagnasjon i forretningsmarkedet, lav tilgang på billigbilletter, prisleedsomhet i fritidsmarkedet og redusert tidsfleksibilitet til å reise på ubekvemme tidspunkt.

Det er grunn til å tro at etterspørselen vil ta seg opp utover i 2002. Vi kan da oppleve høye kabinfaktorer, som monopolisten ønsker. Det er derfor grunn til å overvåke kapasitetssituasjonen og prisutviklingen framover.

Samtidig ser det ut til at en ny aktør vil søke å etablere seg i det norske innenriksmarkedet. En oppfølging av hvordan konkurransen utvikler seg er derfor interessant. Ikke minst gjelder dette direkte undersøkelser i markedet, både rettet mot de reisende og mot større bedrifter (i hvilken grad inngår de avtaler med den nye aktøren).

Litteratur:

Bach (2000):

Nationaløkonomi F. Forelesning 10, Forårssemestret. Københavns Universitet.
<http://www.econ.ku.dk/cfb/national/forelaes/nf-10/sld001.htm>

Bailey E (1981):

Contestability and the design of Regulatory and Antitrust Policy.
AEA Papers and Proceedings. Vol 71 No 2. May 1981.

Baumol W J, Panzar J C and Willig R D (1982):

Contestable Markets and The Theory of Industry Structure.
New York, Hartcourt, Brace Jovanvich , inc.

Bergman M (1996):

Avregleringen av innrikesflyget. Stockholm, Konkurrencesverket.

Bergman M og Rudholm N (2001):

Potential Competition and Patent Expiration: Empirical Evidence From the Pharmaceutical Market. Stockholm, Research Institute of Industry Economics (IUI).

Borenstein S (1989):

Hubs and high fares: dominance and market power in the U.S. airline industry.
Rand Journal of Economics Vol 20, No 3 Autumn 1989.

Brueckner J K and Spiller P T (1991):

Competition and mergers in airline networks. International Journal of Industrial Organization, no 9.

Burghouwt, G and Hakfoort, J. (2001)

The evolution of the European Aviation network 1990 – 1998. Journal of Air Transport Management 7 (2001) 311 – 318

Button K (1996):

Liberalising European Aviation. Is There An Empty Core Problem?
Journal of Transport Economics and Policy. September 1996.

Civil Aviation Authority (1998)

The Single European Aviation Market: The First Five Years. London, Civil Aviation Authority

Cooper M (2001):

Mergers between major airlines: The anti competitive and anti-consumer effects of the creation of a private cartel. Consumer Federation of America.

EU-kommisjonen (2001):

Updating and developments of economic and fares data regarding the European Air Travel Industry, 2000 Annual report.

- Forsyth, P. (2000)
Air Liberalization, Privatization and Consolidation in Australia and New Zealand. Built Environment Vol. 22 No. 3
- Fragoudaki, A. (2000)
Greek domestic air transport industry and policy developments – From post-World War II to post-liberalization. Journal of Air Transport Management 6 (2000) 223 - 232
- Friedman J W (1968):
Reaction Functions and the Theory of Duopoly.
The Review of Economic Studies, Vol XXXv (3), July 1968.
- Guttu, Jon (1993):
Scenariometode i "översiktlig samhällsplanering". NIBR-notat 104.
- Hjorthol, R m fl (1998):
Scenarier for bærekraftig og miljøtilpasset transport. TØI-notat 1121.
- Holmefjord K og Steckmest E (2001):
Evaluering av Samferdselsdepartementets ekspressbusspolitikk. Bergen, Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning. SNF-rapport nr 06/01.
- Johansen L (1965):
Offentlig Økonomikk. Oslo, Universitetsforlaget.
- Lian, J I (1996):
Økt luftfartskonkurranse? – En situasjonsanalyse 1-2 år etter deregulering av stamrutenettet. TØI-rapport 322.
- Luftfartsverket (1994 a)
Gotlandsflyget – nutid och framtid. P-rapport 1/94.
Luftfartspolitiska avdelningen. Norköping, Luftfartsverket
- Luftfartsverket (1994 b)
Inrikesflygets avregulering – tvåårigt perspektiv. P-rapport 2/94.
Luftfartspolitiska avdelningen. Norköping,
- Luftfartsverket (2001)
Inrikesflygets marknadsförutsetningar. Luftfart och Samhälle rapport 6.
Norköping
- Morrison S and Winston C (1986):
The Economic Effect of Airline Deregulation.
Washington D C, The Brooking Institution.
- Oum T H, Zhang A and Zhang Y (1993):
Inter-Firm Rivalry and Firm-Specific Price Elasticities in Deregulated Airline Markets. Journal of Transport Economics and Policy. May 1993.
- Rideng, A og Denstadli J M (1999):
Reisevaner på rutefly 1992-1998. TØI-rapport 441.
- Steen F og Sørgard L (2001):
Hva gikk galt i norsk luftfart. Bergen, Norges Handelshøyskole. Ikke offentliggjort notat.

Tirole J (1990):

The Theory of Industrial Organization. Cambridge, Mass., MIT Press.

Transportation Research Board (1991):

Winds of Change. Domestic Air Transport Since Deregulation.

Special report 230. Washington DC.

Williams, G. (2001)

Will Europe's charter carriers be replaced by "no-frills" scheduled airlines?

Journal of Air Transport Management 7 (2001) 277 – 286

Vedlegg

Vedlegg 1.

Tabell 1: Normalpris tur/retur på noen viktige relasjoner innenlands, 1993- 2001.

	aug.93	aug.95	aug.97	Jul.99	des.01
Oslo – Kristiansand.	1440	1470	1530	1750	2876
Oslo - Stavanger	1960	2000	2120	2270	3396
Oslo - Haugesund	2240	2060	2530	2280	3501
Oslo - Bergen	2240	2300	2430	2270	3396
Oslo - Ålesund	1980	2080	2200	2240	3566
Oslo - Molde	1980	2080	2200	2240	3676
Oslo - Kristiansund	1980	2080	2200	2240	3676
Oslo - Trondheim	2050	2090	2210	2330	3491
Oslo - Bodø	3630	3810	4040	3840	5811
Oslo - Evenes	3740	3920	4240	4010	5850
Oslo - Tromsø	3820	4020	4350	4120	6216
Stavanger - Kristiansand	1090	1140	1230	1590	2616
Bergen - Kristiansand	1800	1900	2060	3460	3956
Bergen - Stavanger	1110	1160	1250	1530	2521
Bergen - Ålesund	1550	1680	1820	2130	3596
Bergen - Trondheim	3000	3150	3340	3840	5011
Trondheim - Ålesund	1550	1700	1840	3500	3696
Trondheim - Bodø	2960	3030	3190	3730	4411
Trondheim - Tromsø	3390	3560	3850	3750	5921
Oslo - Alta	4350	4200	4590	4350	6499
Oslo - Kirkenes	4590	4510	4980	4760	7109
Oslo - Hammerfest	4760	4640	5140		7784
Oslo - Leknes	4110	4280	4540		6390

Tabell 2: Apex-pris tur/retur på noen viktige relasjoner innenlands, 1993 - 2001.

	aug.93	aug.95	aug.97	Des.01
Oslo - Kristiansand	510	515	535	1596
Oslo - Stavanger	600	700	740	1596
Oslo - Haugesund	600	720	775	1596
Oslo - Bergen	600	700	740	1596
Oslo - Ålesund	695	730	775	1596
Oslo - Molde	695	730	775	1596
Oslo - Kristiansund	695	730	775	1596
Oslo - Trondheim	600	730	780	1596
Oslo - Bodø	1200	1335	1415	2721
Oslo - Evenes	1200	1370	1480	2720
Oslo - Tromsø	1340	1405	1525	2721
Stavanger - Kristiansand	385	400	430	1286
Bergen - Kristiansand	635	665	720	1596
Bergen - Stavanger	390	405	435	1231
Bergen – Ålesund	545	590	635	1596
Bergen – Trondheim	800	845	895	1596
Trondheim - Ålesund	545	595	645	1556
Trondheim – Bodø	800	845	895	1601
Trondheim – Tromsø	1190	1245	1345	2131
Oslo – Alta	1365	1470	1605	2939
Oslo – Kirkenes	1465	1580	1745	2939
Oslo – Hammerfest	2610	2785	3085	4665
Oslo – Leknes	2465	2570	2725	3875

Vedlegg 2.

De enkelte kostnadsposter

Drivstoff:

Prisen avhenger av oljeprisen og dollarkursen. Forbruket er videre delt i en fast komponent for å lette og lande (**700** liter) og en distanseavhengig del (**5,5** liter/km). Den første utgjør ca 20% på strekningen Oslo-Bergen. Drivstoffkostnader utgjør 10-20% av de samlede kostnader, avhengig av selskapets rutestruktur. Kostnaden er satt til **2** kr / liter.

Linjekostnader:

Dette er kompensasjon til flypersonale for at de må være borte fra hjemmet over natten eller på en lang dag. Kostnadene er satt til **240** kr pr person pr ABH og utgjør 1-2 % av de samlede kostnader.

Handling:

Dette omfatter rydding og klargjøring av flyet mellom hver flygning, bagasje-håndtering, tanking mv. I praksis vil en variabel del av kostnadene være avhengig av antall landinger, mens en annen fast del avhenger av at selskapet i det hele tatt benytter flyplassen. Prisene på leiemarked for handlingstjenester omfatter samlede kostnader og ligger rundt **9000** kr pr landing. Handlingskostnadene utgjør 10-15 % av samlede kostnader.

Tekniske kostnader:

Kostnadene er knyttet til utstyr, reservedeler, hangarer og mannskap. Omfanget av tekniske kostnader avhenger av antall flytimer og landinger og flyenes alder etter gitte spesifikasjoner. Vi har regnet en gjennomsnittspris som er kr **1600** pr landing og kr **3200** pr ABH. På korte flygninger er mao flytids- og landingskomponenten omtrent like store. Tekniske kostnader utgjør 4-5 % av samlede kostnader.

Avgifter:

Underveisavgiften for disse flyene er snaut 5 kr pr km både innlands- og utenlands. Innenlands regnes en terminalavgift på 50 kr pr passasjer. Med 130 seter og 60 % belegg blir dette **3900** kr pr flyvning. Startavgiften på stamflyplassene i Sør-Norge, unntatt Møre-plassene, er kr 97,22 pr tonn. Stamflyplasser på Møre og i Nord-Norge har 30 % rabatt. Avgiftene utgjør 20-25 % av samlede kostnader (kilde. Braathens Årsberetning). Vi ser bort fra passasjeravgiften på 128 kr pr enkeltreise, som falt bort 1. april 2002.

Lønn:

Lønn regnes pr flytime (ABH). Vi forutsetter 5,25 mannskap i gjennomsnitt pr fly slik at lange hopp også gir høyere pilotutnyttelse ved siden av høyere flyutnyttelse. Et mannskap på 2 piloter og 3 i kabinen har en samlet kostnad på **3,1** millioner pr år. Lønn utgjør ca 10 % av samlede kostnader.

Kapitalkostnader og forsikring:

Kapitalkostnadene regnes som en annuitet over 15 år på flyenes gjenanskaffelsespris. Inklusive forsikring utgjør dette et årlig beløp på 12 % av flyprisen som fordeles pr flytime. I dag er annenhåndsmarkedet for fly svakt pga overkapasitet. Jetfly med 125-130 seter koster ca **30** millioner \$. Kapitalkostnadene utgjør ca 13-15 % av samlede kostnader.

Indirekte kostnader:

Dette er utgifter til administrasjon, edb og salgssapparat mv. De indirekte kostnader er antatt å utgjøre 20 % av de samlede kostnader og blir fordelt som prosentvis påslag på rutekalkylen. Anslaget kan være noe snaut

Booking og agentprovisjon mv:

Målet er å beregne hvordan enhetskostnadene i form av kr pr tilbudt setekm, varierer med hopplengde. Beregningene skjer uten forutsetninger om passasjerbelegg. Utgifter til booking og agentprovisjon anses å være inntektsreducerende forhold som ikke tas med i beregningene på kostnadssiden da de avhenger av salgsvolum og passasjertall. Kostnader til service ombord blir behandlet på samme måte. Vi antar at i alt 5 % av inntektene går bort (4 % provisjon til reisebyrå og avgifter til Amadeus reservasjonssystem). Alternativt kunne disse forhold bli tatt med på kostnadssiden med forutsetning om en gitt kabinfaktor.