



Charter eller reguljärflyg?

En tidsseriestudie om prisutveckling inom resebranschen

Simon Svedin

Examensarbete
Företagsekonomi
2021

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	25095
Författare:	Simon Svedin
Arbetets namn:	Charter eller reguljärflyg? En tidsseriestudie om prisutveckling inom resebranschen
Handledare (Arcada):	Andreas Stenius
Uppdragsgivare:	TUI
<p>Sammandrag:</p> <p>Prisutveckling inom resebranschen kan upplevas som oregelbunden eftersom researrangörerna använder sig av prissättningsstrategier såsom yield management och prisdiskriminering. Den här studien görs på uppdrag av researrangören TUI och dess syfte är att göra en jämförelse av prissättningen mellan charterflyg och reguljärflyg, och hur respektive prissättning utvecklas ju närmare avresa man kommer. Studiens data består av prisobservationer som dagligen har samlats in från fyra olika flygbolags hemsidor under de sista 60 dagarna innan avgång. Med hjälp av denna data har en tidsserieanalys utförts och analysen visar att mycket av studiens resultat går att koppla samman med den teoretiska referensramen. Analysen av resultatet visar också en tydlig skillnad där charterflygen har haft en kraftigare prisfluktuation medan reguljärflygen har hållit en relativt stabil prisnivå under undersökningsperioden. Det finns även en tydlig skillnad i prismönstret mellan de olika flygbolagen. Studien berör ett område som påverkas av många faktorer, varav fler av dem är konfidentiella hos flygbolagen. Men med hjälp av denna tidsserieanalys visar sig tydliga mönster och trender i flygbolagens prissättningsstrategier.</p>	
Nyckelord:	TUI, Charterflygbolag, Reguljärflygbolag, Prissättningsstrategi, Yield Management, Dynamisk prissättning
Sidantal:	
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	25095
Author:	Simon Svedin
Title:	Charter or scheduled flight? A time series study on price development in the travel industry
Supervisor (Arcada):	Andreas Stenius
Commissioned by:	TUI
<p>Abstract:</p> <p>Price development in the travel industry can be perceived as irregular because tour operators use pricing strategies such as yield management and price discrimination. This study is commissioned by the tour operator TUI and its purpose is to make a comparison of the pricing between charter flights and scheduled flights, and how each pricing develops the closer you get to departure. The data of the study consists of price observations that have been collected daily from four different airline websites during the last 60 days before departure. Using this data, a time series analysis has been performed and the analysis shows that much of the study's results can be linked to the theoretical frame of reference. The analysis of the results also shows a clear difference where charter flights have had a stronger price fluctuation while scheduled flights have maintained a relatively stable price level during the investigation period. There is also a clear difference in the price pattern between the different airlines. The study touches on an area that is affected by many factors, several of which are confidential by the airlines. But with the help of this time series analysis, clear patterns and trends in the airlines' pricing strategies are occurring.</p>	
Keywords:	TUI, Charter Airlines, Scheduled flights, Pricing Strategy, Yield Management, Dynamic Pricing
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	INLEDNING	7
1.1	PROBLEMFÖRMULERING	9
1.2	SYFTE	9
1.3	AVGRÄNSNING	9
1.4	DEFINITIONER	10
1.5	PRESENTATION AV FÖRETAGET	10
1.6	TIDIGARE FORSKNING INOM OMRÅDET	11
2	TEORI	12
2.1	UTBUD OCH EFTERFRÅGAN	13
2.2	YIELD MANAGEMENT	15
2.3	PRISDISKRIMINERING	18
2.4	PRISELASTICITET	20
2.4.1	<i>Priselasticitetshävstång</i>	21
3	METOD	21
3.1	VAL AV METOD	22
3.2	DELTAGARE	22
3.2.1	<i>Val av flygavgång</i>	23
3.3	TILLVÄGAGÅNGSSÄTTET	23
3.3.1	<i>Insamlade prisuppgifter</i>	24
3.4	ANALYS AV DATA	24
3.5	VALIDITET OCH RELIABILITET	25
3.6	FORSKNINGSETISKA AVVÄGANDEN	26
4	RESULTAT	26
4.1	TUI	27
4.2	VING	28
4.3	NORWEGIAN	29
4.4	SAS	30
5	DISKUSSION	30
5.1	RESULTATDISKUSSION	31
5.1.1	<i>Jämförande analys och tolkning</i>	32
5.2	METODDISKUSSION	35
6	SLUTSATSER	35
6.1	ARBETETS BEGRÄNSNINGAR	37

6.2	FÖRSLAG TILL VIDARE UNDERSÖKNINGAR	37
Källor	38

Figurer

Figur 1: Den teoretiska referensramens struktur.	13
Figur 2: Utbuds- och efterfrågediagram på en fri marknad där jämvikten är paretoeffektiv (Frank 2016 s. 36).....	14
Figur 3: Illustrerande modell på intäkter vid ett fast pris och vid prisdiskriminering (Gill 2010)	19
Figur 4: Formel för efterfrågans priselasticitet. Källa: https://www.ageras.se/ordlista/priselasticitet	21
Figur 5: Exempel på prissättning vid olika priselasticitet (Gill 2010).....	21
Figur 6: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för TUIfly Nordic (TUI) med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.....	27
Figur 7: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för Sunclass Airlines (Ving) med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.....	28
Figur 8: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för Norwegian med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.	29
Figur 9: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för SAS med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.....	30
Figur 10: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för samtliga deltagare med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.....	32

1 INLEDNING

Aktiviteten att resa förknippas ofta med en flygresa och många kommer också att tänka på charterresor när ämnet tas upp. Ända sedan det första svenska charterflyget landade på Mallorca den 23 april 1955 har folk från Skandinavien haft en längtan till sol och värme och charterresornas attraktiva pris i kombination med tryggheten det medförde gjorde att allt fler skandinaver kunde resa utomlands. Innan chartern var det i princip endast rika som hade möjlighet att resa utomlands under semestern, om man ens hade någon semester. I början av 1950-talet införde lagstadgad man rätt till tre veckors semester för alla anställda och det medförde att allt fler fick möjligheten att resa utomlands. Under 1960-talet grundas några av dagens största aktörer på chartermarknaden, bland annat TUI och Ving, och man har sedan dess kunnat bibehålla de attraktiva priserna med hjälp av konkurrensen och en ständig produktutveckling. (Kikerpuu 2015)

Viljan att resa utomlands har med andra ord funnits hos skandinaver över 60 år och trots lågkonjunkturer och varierande lönsamhet för vissa aktörer inom resebranschen ökar ständigt utrikestrafiken till och från Skandinavien. I slutet av 1990-talet avreglerades den europeiska flygmarknaden, vilket innebar att det var fritt fram för alla flygbolag att trafikerar vilka europeiska flygrutter de önskade. Den här avregleringen ledde bland annat till att flygtrafiken till och från de olika flygplatserna i Skandinavien ökade, men det resulterade också i att antalet aktörer som erbjöd flygresor blev fler (Debyser & Pernice 2021). Fler aktörer på flygmarknaden ledde till en ökad konkurrens inom resebranschen och priset på flygresor kom att hamna i allt större fokus. Att många aktörer inom resebranschen sedan var mycket tidiga med att utnyttja internets fördelar för att kommunicera och sälja sina resor ledde till att priserna på utlandsflygresor pressades hårt (Page 2019 s. 16). Den ökade konkurrensen resulterade också i att kunderna blev mer prismedvetna. Det har gjorts åtskilliga studier om vilka som är de avgörande faktorerna som påverkar kundens beslut att köpa en resa. Enligt Elhaj (2012) är priset den mest avgörande faktorn för köpbeslut när det kommer till flygresor. Elhajs studie påvisar prisets betydelse för kunden när det handlar om att välja researrangör eller flygbolag. Av alla respondenter har över 30 % angivit att priset är den viktigaste aspekten när de köper en flygresa, mycket viktigare än till exempel smidighet vid bokning, information eller kundservice.

Avregleringen av den europeiska flygmarknaden medförde också att de statligt reglerade flygpriserna, som tidigare hade baserats på resans längd och bränsleförbränning, togs bort (Löow 2014). Det här resulterade i att fler så kallade lågprisflygbolag kom ut på marknaden. Lågprisflygbolag är en typ av reguljärflygbolag som lägger stort fokus på att erbjuda flygbiljetter till ett lågt pris. Idag svarar lågprisflygbolagen för över 20 % av det totala utbudet av flygresor i den internationella flygtrafiken. Under 2000-talet har det skett en kraftig ökning av antalet nya lågprisflygbolag på marknaden. De har som målsättning att erbjuda sina resenärer så billiga flygbiljetter som möjligt (Skoglund 2008 s. 13-14). Lågprisflygbolagen blev snabbt en stor konkurrent till både befintliga reguljärflygbolag och charterarrangörer. Löow (2014) beskriver i sin artikel att det i dagsläget är flera faktorer som avgör flygbiljettens pris. Bland annat spelar tidslängden på själva resan, vilken dag i veckan du bokar, vilken avresetid samt avresedag du önskar en stor roll när det kommer till vilket pris flygbolagen debiterar sina kunder. Flygbolagen har idag en mycket högteknologisk strategi som kallas ”yield management”, vilket något förenklat kan beskrivas som att flygbolagen avsiktligt debiterar olika priser för olika kunder för att maximera den totala intäkten. Flygbolagen ändrar sina biljettpriser beroende på vart, när och vem som kommer att flyga.

Utvecklingen av lågprisflygbolag satte stor press på TUI och övriga charterbolag när det kom till prissättningsstrategi och konkurrensen med lågprisflygbolagen. En följd av detta blev att TUI började operera med dynamisk prissättning, en typ av yield management, där priset på en produkt kan variera kraftigt beroende av utbud och efterfrågan (TUI Group 2021). Detta möjliggjordes tack vare den snabba digitaliseringen av branschen under 2010-talet som medförde att rese katalogerna med tryckta prislistor blev ett minne blott (Travel News 2019). Priser som endast presenteras online ger researrangören en mycket större flexibilitet i sin prissättning, och med hjälp av en implementerad komplex mjukvara styrs TUI:s priser idag totalt av tillgång och efterfrågan. Med andra ord så tillämpar i dagsläget både lågprisflygbolagen och charterbolagen avancerade dataprogram som ständigt övervakar priserna, analyserar bokningsmönstret och i realtid ändrar platstillgången. Det är därför inte ovanligt att priset på en viss resa kan förändras över en dag, eller ibland till och med varje timme (Löow 2014).

1.1 Problemformulering

Det faktum att lågprisflygbolag har tagit en så pass stor del av marknaden när det kommer till resande har resulterat i att både charterbolagen och reguljärflygbolagen behövt tänka över sina prissättningsstrategier då kunderna har blivit mer prismedvetna. Det här har satt stora krav på resebranschen när det kommer till att kostnadsreducera för att kunna matcha priserna hos lågprisflygbolagen alternativt skapa mervärde för kunden genom service för att kunna ta ett högre pris. Lågprisflygbolagens framgång har också resulterat i att charterbolag har börjat sälja så kallade dynamiskt paketerade resor, där själva flygresan består av ett reguljärflyg som kan vara opererat av ett lågprisflygbolag, vilket påverkar då prisen.

Frågeställning:

- Hur skiljer sig prisutvecklingen mellan charterflyg och reguljärflyg?

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att, med hjälp av en tidsseriestudie, göra en jämförelse av prissättningen mellan charterflyg och reguljärflyg, och analysera hur respektive prissättning utvecklas ju närmare avresa man kommer.

1.3 Avgränsning

Undersökningen omfattar fyra olika företag inom reseindustrin där TUI och Ving representerar charterflyg och Norwegian och SAS representerar reguljärflyg. Norwegian är ett framgångsrikt lågprisflygbolag och SAS är ett klassiskt reguljärflygbolag som varit verksamt långt innan avregleringen av den europeiska flygmarknaden. Valt avgångsdatum för undersökningen är utresa 11.12.2021 och retur 18.12.2021. Flygsträckan är för samtliga deltagare Arlanda (ARN) – Gran Canaria (LPA) och de redovisade summorna kommer således vara i valutan SEK. För att i detalj kunna följa en prisutvecklingskurva kommer reguljärflygbolagen Norwegian och SAS att representera marknaden för lågpris / reguljärflyg eftersom de är några av de största aktörerna på den svenska marknaden. TUI och Ving representerar chartermarknaden då de är två av de största aktörerna inom deras

område. Val av avgångsdatum baserar sig på att faktorer så som högtider eller skollov inte ska påverka prisbilden, samt att samtliga deltagare har inplanerade avgångar på det aktuella avgångs -och returdatumet för undersökningen. Val av flygsträcka baserar sig på att Gran Canaria är ett populärt resmål i december och att man därför kan förutspå en hög belägningsgrad på samtliga flyg.

1.4 Definitioner

Charterflyg – Ett inhyrt flygplan, oftast av en researrangör, för att arrangera en resa med ett specifikt syfte. I denna studie representeras charterflyg av bolagen TUI och Ving.

Reguljärflyg - Kommersiell flygtrafik som bedrivs enligt fastställda tidtabeller. I denna studie representeras reguljärflyg av bolaget SAS.

Lågprisflygbolag – Ett samlingsnamn för de reguljärflygbolag som grundats efter avregleringen av flygmarknaden, vars främsta konkurrensmedel är det låga priset. I denna studie representeras lågprisflyg av bolaget Norwegian.

Yield management – Ett marknadsföringsbegrepp som ofta används inom branscher med ett reservationsförfarande, till exempel resebranschen.

1.5 Presentation av företaget

Denna studie utförs på uppdrag av TUI Nordic som inkluderar researrangörerna TUI Sverige, TUI Norge, TUI Danmark och TUI Finland som tillsammans har över 1,5 miljoner resenärer per år och cirka 1600 anställda. TUI Nordic besitter en marknadsandel på 20 % av den nordiska resemaknaden och ingår sedan år 2000 i den världsledande resekoncernen TUI Group (TUI 2021a). Det var också år 2000 som den finska researrangören Finnmatkat blev en del av bolaget och kort därefter slogs de tre arrangörerna Finnmatkat, Hassen Matkat och Fritidsresor samman i Finland för att bilda en gemensam arrangör under namnet Finnmatkat. Från år 2015 går alla nationella varumärken, inklusive Finnmatkat, under det gemensamma företagsnamnet TUI (TUI 2021b).

1.6 Tidigare forskning inom området

Det har tidigare genomförts en hel del studier som handlar om prissättning och prisutveckling inom flyg -och resebranschen. Men faktum är att det finns relativt få studier som specifikt fokuserar på att jämföra charterflyg med reguljärflyg på den svenska marknaden. Här följer en summering av några tidigare studier inom området som alla har en koppling till denna studie.

Svensson (2008) har utfört en studie som handlar om vilka faktorer som inverkar på vad en paketresa (charterresa) har för pris. Svenssons syfte med studien var att identifiera de faktorer som påverkar prissättningen hos svenska paketresearrangörer samt att jämföra skillnader i prissättningen mellan olika stora aktörer. Svensson har med hjälp av en deduktiv forskningsansats samt kvalitativa intervjuer med ansvariga personer inom prissättning från ett urval av svenska researrangörer kommit fram till att det finns en skillnad mellan större och mindre researrangörer när det kommer till prissättningen av paketresor. En ännu tydligare skillnad visade sig finnas mellan charterarrangörer och arrangörer med reguljärlösningar.

Gill (2010) har genomfört en studie vars syfte är att analysera hur lågprisflygbolaget Ryanair prissätter sina resor och om det finns en skillnad mellan olika flygrutter. Gills studie har varit en inspiration till denna studie då även han har utfört en kvantitativ tidsseriestudie, men i det här fallet enbart undersökt ett flygbolag men flera olika rutter och avgångsdatum. Gill har genom sin tidsserieanalys kommit fram till att Ryanairs flygbiljetter håller sig på en relativt stabil nivå fram tills det är ca 20 dagar kvar till avgång. Då stiger priserna kraftigt fram tills avresedagen då priset är som högst. Detta resultat har varit konsekvent för alla undersökta flygrutter vilket är intressant då prishöjningar inte är någonting som lågprisflygbolagen vill kopplas ihop med.

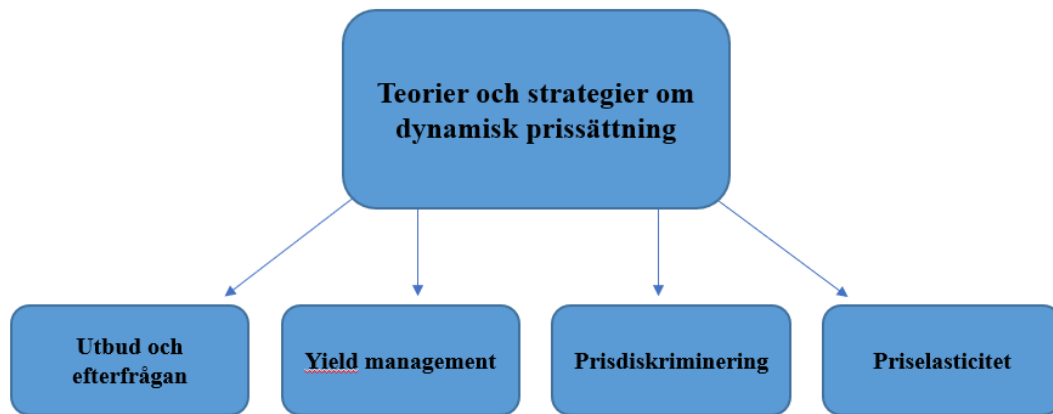
En liknande studie har gjorts av Johansson Herou & Knutsson (2013) vars syfte var att förbättra kundernas förståelse för prisförändringar på den västsvenska flygmarknaden. Även Johansson Herou & Knutsson har med hjälp av drygt 4000 prisobservationer från en rad olika reguljärflygbolag kunnat konstatera att en kraftig prisvariation sker under slutet av försäljningsperioden. Även om studiens resultat, likt Gills studier som tidigare

summerats, visar att biljettpriserna tenderar att vara som högst strax innan avresa så kan också Johansson Herou & Knutsson dra slutsatsen att biljettpriser varierar kraftigt under försäljningsperioden. Enligt studien innebär en uppgång i pris ofta att priset snart sänks igen. Eftersom studiens syfte var att öka konsumenternas förståelse för fenomenet är detta ett intressant resultat eftersom många kunder säkerligen instinktivt reagerar och väljer att snabbt köpa flygbiljetten om de observerar en prishöjning.

2 TEORI

När det handlar om teorier om prissättning så finns det enormt mycket som påverkar den aktiviteten. Prissättningen av produkter och tjänster kan kategoriseras i tre större delar, nämligen element för prissättningsmöjligheter, prisaktiviteter och till sist prisstrategier som leder fram till det priset som företaget väljer att sätta på produkten eller tjänsten. Element för prissättningsmöjligheter är de förutsättningar som varje enskilt företag har vid prissättning när det handlar om socialt kapital samt system- och humankapital. Prisaktivitet är de aktiviteter som ett företag väljer att använda sig av vid prissättning. Det kan till exempel vara förhandlingar samt utvärderingar och planering som i sin tur är en grund för prisstrategierna som företaget sedan har och hur dessa hör ihop med dimensionerna. (Hallberg 2008)

De två första delarna (element för prissättningsmöjligheter och prisaktiviteter) är mestadels interna aktiviteter inom företaget, medan prisstrategier är det som förmedlas externt, bland annat genom själva prissättningen av en produkt. Därför kommer följande teoriavsnitt att fokusera på prisstrategier, med en avgränsning till dynamisk prissättning då flyg- och resebranschen enbart använder sig av dynamiska, det vill säga rörliga, priser.



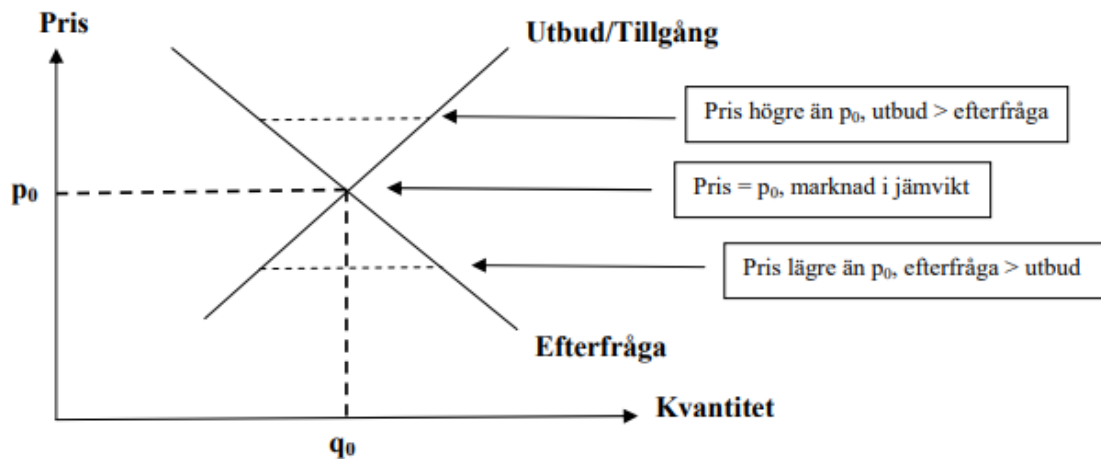
Figur 1: Den teoretiska referensramens struktur.

2.1 Utbud och efterfrågan

Teorin om utbud och efterfrågan är en av de mest grundläggande principerna inom ekonomi. I enklaste termer säger teorin om utbud och efterfrågan att när utbudet av en produkt är lågt men många önskar att köpa produkten, kommer priset på den produkten att stiga. Omvänt, om det finns ett större utbud av en produkt än vad konsumenternas efterfrågan är, kommer priset att sjunka. Utbud och efterfrågan stiger och sjunker tills de uppnår balans. För att illustrera ett exempel kan vi föreställa oss ett skoföretag som utvecklar en efterfrågad ny löparsko, och sätter priset till 500 €. Även om efterfrågan på den nya skon initialt kan vara högt, är de flesta konsumenter inte villiga att spendera så mycket på löparskor, så försäljningen kommer snabbt att sjunka efter den första rusningen. Med minskande försäljning men med massor av skor att sälja kommer tillverkaren att sänka priset tills efterfrågan stiger igen. När efterfrågan på en produkt balanseras med utbudet av den produkten sägs marknaden vara i jämvikt. Begreppet utbud och efterfrågan kan också sträcka sig utöver köp och försäljning av varor och tjänster för att beskriva beteenden i hela ekonomin. Till exempel, när arbetslösheten är hög kan arbetsgivare erbjuda lägre löner eftersom efterfrågan på anställning är högre än utbudet av lediga jobb. När situationen vänder måste arbetsgivare erbjuda högre löner för att locka anställda. (Fernando 2021)

I mikroekonomisk teori utgår mycket från en utbud- och efterfrågamodell på en fri marknad. I ett diagram där produktionsvolymen placeras på den horisontella axeln och priset på den vertikala axeln skapas en efterfrågakurva som oftast är nedåtgående, samt en

tillgångskurva som oftast är uppåtgående (Frank & Cartwright 2016 s. 32-36). Vid den punkt där kurvorna möts är, som tidigare nämnt, marknaden i jämvikt, och jämviktspris (p_0) samt jämviktsvolym (q_0) kan utläsas. Jämvikten i utbud och efterfrågan är så kallad paretoeffektiv, vilket i det här fallet innebär att både kunden och försäljaren är nöjda vid jämvikt. En förändring kan inte ske utan att någons situation förbättras samtidigt som den andra partens situation försämras (Nationalencyklopedin).



Figur 2: Utbuds- och efterfrågediagram på en fri marknad där jämvikten är paretoeffektiv (Frank 2016 s. 36)

När det specifikt handlar om resebranschen talas det oftast om prissättning som baserar sig på utbud och efterfrågan vilket likt andra strategier kring prisdiskriminering till stor del bygger på vad kunden är villig att betala. Den här strategin bygger på ett antagande om att det finns kunder som är villiga att betala ett mycket högt pris för en resa, medan andra kunder endast är villiga att boka resan till ett lägre pris. Med den här metoden kan resebolagen debitera olika priser till olika kunder beroende på hur priskänsliga kunderna är, där den så kallade priselastisiteten av kundsegmentet eller marknaden reflekterar kundens priskänslighet för resan. De prisskillnader som uppstår med den här metoden är inte relaterade till skillnader i resebolagets kostnader, utan endast till skillnader i kundernas priskänslighet och deras vilja att betala (Belobaba et al. 2016 s. 12). Det är inte bara kundernas priskänslighet som påverkar kundens efterfråga. I mitten av 1990-talet gjordes en omfattande studie (Jørgensen & Solvoll 1996) på den norska resemarknaden. Undersökningen handlade om vad som påverkar kundernas efterfråga. Den studien visade att efterfrågan på resor är inkomstkänslig, priskänslig och dessutom beror på hur

sommarvädret i kundens hemland varit året före den planerade resan. Dessa faktorer är fortfarande aktuella i dagens läge när man ser på vad som påverkar kundernas efterfråga när det handlar om resor. Jørgensens och Solvolls studie visar också att det står klart att efterfrågan på resor är mindre priskänslig vid högsäsong och mindre inkomstkänslig under lågsäsong.

Efterfrågan är således inte något som finns ensamt, utan det finns till ett pris. Som tidigare nämnt så är priset en av de mest påverkande faktorerna för efterfrågan. Det står också klart att det finns en elasticitet i samband med priset, liksom andra viktiga oberoende variabler i efterfrågefunktionen, till exempel att priser påverkar både genererad försäljning och inkomsten från den försäljningen. Avregleringen av flygmarknaden möjliggjorde för flygbolag att på ett mer proaktivt sätt hantera utbud och efterfrågan jämfört med tidigare. Naturligtvis är det så att om flygbolag ska kunna använda priset som ett effektivt verktyg för att styra efterfrågan är det nödvändigt att de har en viss känsla för formen och lutningen på de efterfrågakurvor som deras tjänster står inför vid olika tidpunkter (till exempel högsäsong och lågsäsong, vardagar och helger eller tid på dygnet). Detta gör det möjligt för dem att uppskatta vilken effekt en prisändring kommer att ha på den mängd flygbiljetter som efterfrågas. Något som komplicerar uppgiften är dock det faktum att olika segment på marknaden troligen kommer att ha olika efterfrågakurvor vid olika tidpunkter. Behovet av att utnyttja dessa skillnader för att maximera intäkterna ligger till grund för de komplexa prissättningsstrukturer som de flesta flygbolag skapar. En annan utmaning är det faktum att det inom många flygmarknader finns drag av oligopol, vilket resulterar i att prisändringar som införs av någon av de få närvarande konkurrenterna sannolikt kommer att påverka övriga aktörer på marknaden, vilket leder till förändringar i deras initiala efterfrågakurvor. (Holloway 2017 s. 15-16)

2.2 Yield management

Yield management är en strategi för dynamisk prissättning och den handlar i stora drag om att sälja rätt produkt, till rätt kund, vid rätt tidpunkt och till rätt pris. Strategin används vanligtvis inom turismindustrin för att maximera intäkterna från en förgänglig och fast inventering (till exempel flygstolar, hotellrum osv.) Voneche (2005) menar att man genom användning av dynamisk prissättning vill upprätthålla en jämn försäljning. För att

detta ska kunna genomföras så bra som möjligt anser Voneche (2005) att följande sex kriterier bör vara uppfyllda.

- **Fast kapacitet** – Yield management passar bäst för branscher med relativt stabil kapacitet. Med en flexibel kapacitet skulle behovet av att korrigera priset efter förändringar i efterfrågan inte vara lika stort.
- **Segmenterad marknad** – Eftersom yield management till stor del handlar om att sälja rätt produkt till rätt kund så blir en viktig aspekt att kunna identifiera olika kundgrupper för att kunna tillvarata information om deras betalningsvilja. Dessutom kan en segmenterad marknad också leda till en positiv produktutveckling, ett segment kan till exempel efterfråga en högre flexibilitet (exempelvis möjlighet till ombokning av en resa) och därmed ha en högre betalningsvilja.
- **Förgänglig produkt** – Detta betyder att produktens värde försvinner vid en viss tidpunkt. Inom flyg- och resebranschen innebär detta att värdet för en tom (osåld) flygstol försvinner i samma stund som flygplanet lämnar marken. Om det skulle vara möjligt att lagerhålla produkten så skulle behovet att anpassa priset efter förändring i efterfrågan inte vara lika stort.
- **Förhandsförsäljning** – En förutsättning för att utnyttja kundernas beteende och dra nytta av deras olika betalningsvilja är att försäljningen av produkten inte sker vid en viss tidpunkt. Inom resebranschen innebär yield management därför till stor del en avvägning mellan att sälja resorna tidigt för att få en hög beläggning, mot att vänta in de kunderna som har en högre betalningsvilja.
- **Varierande efterfrågan** – Det är en förutsättning för yield management eftersom syftet med det är att anpassa priset efter förändringar i efterfrågan. Om efterfrågan på en produkt är jämn så finns inget behov av denna typ av prisanpassning.
- **Låga marginalkostnader och höga fasta kostnader** – Inom resebranschen innebär marginalkostnaden den kostnad som uppstår när man tar med ytterligare en resenär, medan fasta kostnader är de kostnaderna som resebolaget har oavsett antalet resenärer. Flygbolag har i regel en låg marginalkostnad i förhållande till flygbolagets fasta kostnader. Det här innebär att om ett resebolag står med osålda flygstolar på avgångsdatumet så är marginalkostnaden att ta med en extra passagerare lika med noll. De totala kostnaderna för resan är i princip oförändrade även om man tar med en extra passagerare. Därför kan det vara lönsamt för resebolag att försöka sälja tomma flygstolar med stora rabatter även om priset då blir långt

under genomsnittskostnad per flygstol för resan. Så länge resebolaget lyckas fylla flygstolar som annars hade varit tomma, är det lönsamt att göra det (Case et al. s. 36).

Yield management kan uppfattas som en mycket komplex strategi då det ofta innebär tusentals variabler som man måste ta hänsyn till. Trots den komplexitet som strategin för med sig så rankas den högt av flygbolagen och flera av de världsledande aktörerna på flygmarknaden har nått stor framgång med strategin. Anledningen till att yield management har implementerats så starkt på flygmarknaden tros vara den problematik som uppstår vid prissättning av en förgänglig vara. (Preston McAfee & Velde 2006)

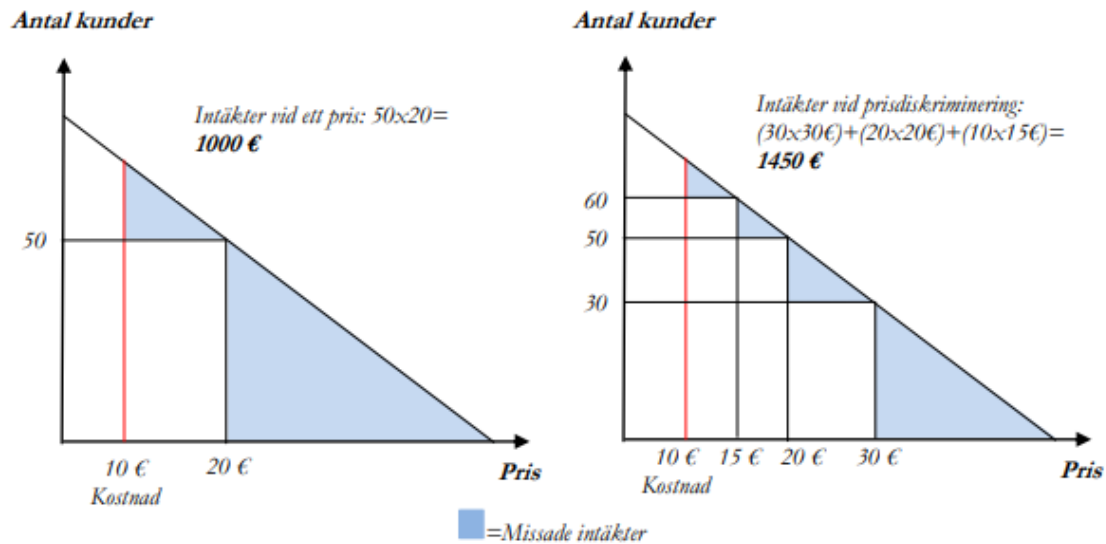
Voneche (2005) belyser också att det framför allt finns tre faktorer som starkt påverkar flygbolagens prissättning av biljetter, nämligen överbokning, rabattfördelning och trafikledning.

- **Överbokning** – Med detta menar Voneche (2005) att flygbolagen har en strategi som innebär att de bör sälja fler biljetter än det faktiska antalet tillgängliga platser. Faktum är att om flygbolagen inte tillämpar detta så skulle flygplanens kapacitet i genomsnitt vara fyllt till ca 85 %. Det finns naturligtvis en risk med att alla passagerare som köpt en biljett dyker upp och då tvingas flygbolaget omboka en mängd passagerare till en annan flygavgång. Det här är något som kan resultera i missnöjda och i längden förlorade kunder. Därför räknar flygbolagen noggrant ut en optimal överbokningsnivå genom att jämföra nettovinsten mot utgifter för överbokning och förlusten av missnöjda kunder med inkomsten för överbokade biljetter.
- **Rabattfördelning** – Här pekar Voneche (2005) på det faktum att flygbolag ofta erbjuder rabatterade priser under olika perioder för att möta efterfrågan. Hur många biljetter som ska säljas till ordinarie pris respektive rabatterat pris är sällan förutbestämt utan varierar under bokningsperiodens gång. När ett flygbolag väljer att sälja biljetter till ett rabatterat pris grundar det sig på flygbolagets prognoser för försäljning. Målsättningen är att i så stor utsträckning som möjligt jämna ut försäljningen under bokningsperioden. I grund och botten baserar sig besluten om rabatterning av biljetter på att flygbolaget behöver ta hänsyn till alternativkostnaden att sälja en rabatterad biljett.

- **Trafikledning** – Voneche (2005) beskriver att dagens flygindustri har förändrats. Flygbolagen transporterar inte enbart passageraren från en destination till en annan, utan det är mycket vanligt att passageraren blir tvungen att byta flygplan för att ta sig till sin slutdestination. Problematiken som uppstår i och med det här fenomenet är att en flyglinje som tidigare försörjde en specifik marknad nu kan vara kopplad till flera marknader. Det här medför utmaningar för flygbolagen med att uppskatta efterfrågan och intäkterna för en särskild flygsträcka då denna nödvändigtvis inte behöver representera kundens hela resa. Om verkligheten skulle vara att alla flyglinjer var oberoende av varandra skulle flygbolagen endast behöva ta hänsyn till överbokning eller rabatterade biljetter för att maximera intäkterna. Men när det nu i själva verket uppstår ett beroende mellan flyglinjer blir flygbolagen tvungna att även implementera detta i sina bedömningar, vilket leder till utmaningar i att veta vilken flygsträcka som bör rabatteras.

2.3 Prisdiskriminering

Det är inte alls ovanligt att ett företag låter olika kunder betala olika priser för samma vara eller tjänst. Det här fenomenet kallas för prisdiskriminering och det innebär att ett företag debiterar olika priser av sina kunder för exakt samma produkt av andra anledningar än själva kostnaden. De flesta företag på dagens moderna affärsmarknad har kännedom om att kunder värderar produkter olika. Trots det finns det en del företag som bara tar ut ett och samma pris för alla kunder. Det här leder till att många företag går miste om intäkter som de skulle ha fått in om de använde sig av prisdiskriminering, med andra ord debiterat olika priser för samma produkt eller tjänst beroende av vilken kund eller kundgrupp det handlar om. (Simon & Butscher 2021)



Figur 3: Illustrerande modell på intäkter vid ett fast pris och vid prisdiskriminering (Gill 2010)

Företag kan således öka sina intäkter genom att använda sig av prisdiskriminering. Det finns dock två grundläggande förutsättningar för att detta ska vara möjligt att genomföra på ett effektivt sätt. Till att börja med behöver det finnas en skillnad i efterfrågans priselasticitet hos de olika kundgrupperna. Kunder som är mindre priskänsliga får betala ett högre pris medan kunder som har en hög priselasticitet får betala ett lägre pris. Den andra förutsättningen är att kunder som köper produkten till ett lägre pris inte ska ges möjlighet att sälja produkten vidare till kunder som betalar ett högre pris. Det här är av logiska anledningar mer aktuellt inom vissa branscher än i andra. I till exempel resebranschen är detta någonting som man ständigt jobbar med. Det kan jämföras med frisörbranschen där det inte är något problem eftersom det är något utmanande att sälja vidare tjänsten när den utförs direkt på kunden vid köp. (MCQ Revision Question - Price Discrimination 2017)

Det finns flera olika tekniker företag kan använda sig av för att göra detta. De vanligaste teknikerna för prisdiskriminering innefattar volymrabatter, tidsbegränsade rabatter, rabattkuponger eller helt enkelt att särskilja sina kunder genom att till exempel ge studentrabatt till studerande. Oavsett vilken teknik det handlar om så är företagets syfte det samma, nämligen att debitera ett högre pris till kunder vars efterfrågan är mer oelastisk och ett lägre pris till kunder vars efterfrågan är mer elastisk. Målsättningen med prisdiskriminering är att maximera intäkterna genom att försäljaren försöker förutspå vad varje kund är

villig att betala (Kreps 2019). Kreps (2019 s. 198) beskriver vidare i sin bok *Microeconomics for Manager* att det finns flera metoder för att utföra prisdiskriminering. I resebranschen är det mycket vanligt att företaget använder sig av villkor och andra ”kvalitetsskillnader” för att utföra prisdiskriminering. Kreps (2019) belyser detta med ett exempel där en tur- och returflygbiljett mellan San Fransisco – Chicago med avgång på söndag morgon och retur på tisdag kostar \$2300. Om man som kund är villig att resa från San Fransisco 15 timmar tidigare, och välja bort avbeställningsskydd, skulle biljetten kosta \$450. Anledningen till denna prisskillnad kan såklart ha flera förklaringar. Det kan bero på att det funnits många lediga flygstolar på lördagsavgången och att flygbolaget har försökt uppnå en högre belägningsgrad genom att sälja biljetterna billigt. Men samtidigt så är flygbolag medvetna om att affärsresenärer, som väldigt sällan personligen betalar för sina flygbiljetter vilket gör deras efterfråga väldigt oelastisk, skulle vara ovilliga att spendera den extra natten borta från hemmet. Semesterresenärer och andra sidan, vilkas efterfrågan är mycket mer elastisk, skulle kanske till och med se den extra natten i Chicago som något positivt.

2.4 Priselasticitet

Det faktum att kunder i viss mån reagerar på en prisförändring kan anses som självklart. Efterfrågans priselasticitet är ett användbart mått på hur starkt kunder reagerar på ekonomiska förändringar. Enligt Browning (1992 s.94–95) handlar kundens efterfrågan och hur den påverkas av prisförändringar till stor del om vilken typ av produkt det handlar om. Till exempel skulle en prissänkning av salt endast leda till en marginell ökning i efterfrågan, medan en prissänkning av en flygbiljett med stor sannolikhet skulle leda till en starkt ökad efterfrågan. Browning (1992) definierar priselasticitet som den procentuella förändringen i efterfrågad kvantitet dividerat med den procentuella prisförändringen. Det här betyder att elasticiteten är negativ för de flesta produkter och tjänster, eftersom efterfrågan av en produkt minskar då priset ökar. Vidare beskriver Browning (1992) att efterfrågan av en vara sägs vara elastisk när det kommer till pris om priselasticiteten, ϵ , är mindre än -1. Om ϵ är större än -1 är efterfrågan oelastisk och om den är lika med -1 är efterfrågan enhetselastisk. Priselasticiteten är ett bra verktyg i analys av konsumentbeteende eftersom den beror på procentuella förändringar och därmed är enhetslös. Elasticiteten blir detsamma för en specifik punkt i ett diagram oavsett vilka enheter som används.

$$\text{Priselasticitet } e_p = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Figur 4: Formel för efterfrågans priselasticitet. Källa: <https://www.ageras.se/ordlista/priselasticitet>

2.4.1 Priselasticitetshävstång

Ur priselasticitetshävstångens synvinkel är det just priselasticiteten på efterfrågan som är i fokus och blir den avgörande faktorn för vilket pris ett företag kommer att debitera sina kunder. En högre priselasticitet på efterfrågan leder till ett lägre pris samtidigt som en lägre priselasticitet på efterfrågan leder till ett högre pris. När ett företag använder sig av priselasticitetshävstången som verktyg vid prissättning av sina produkter gör de det efter hur efterfrågan ser ut. Priset väljs då utifrån den nivå där det säljs den kvantitet som i kombination med det bestämda priset genererar högst intäkter. (Hallberg 2008)



Figur 5: Exempel på prissättning vid olika priselasticitet (Gill 2010)

3 METOD

Val av metod är helt avgörande för resultatet i en studie och det är därför viktigt att välja en metod som lämpar sig för det man önskar att åstadkomma. Metoden man väljer att tillämpa ska återspegla det syfte och den forskningsfråga som studien har. Metoden ska med andra ord användas för att belysa och besvara studiens problemformulering (Skrivguiden). Metodiken i en studie kan ses som hela arbetets design eftersom det är den

generella planen över hur man kommer gå till väga för att svara på studiens forskningsfråga. Planen ska innehålla tydliga mål som härrör från forskningsfrågan, källan eller källorna från vilken man avser att samla in sin data, hur man avser att samla in och analysera sin data, och diskutera etiska frågor och de begränsningar som man oundvikligen kommer att stöta på (till exempel tillgång till data, tid, plats). Allt detta är viktigt för att påvisa att man har tänkt igenom samtliga delar av sin studie. Det första metodiska valet man står inför är om studien ska följa en kvantitativ, kvalitativ eller blandad metodisk forskningsdesign. Det val man gör här kommer sannolikt att kräva olika element för att uppnå ett tydligt sammanhang i studien (Sanuders et al. 2019 s. 206–207). Eftersom den här studien enbart består av numeriska data så lämpar sig en kvantitativ metod bäst.

3.1 Val av metod

Metoden för undersökningen är en kvantitativ tidsserieanalys eftersom tidsaspekten är mycket väsentlig för denna undersökning, då syftet med undersökningen är att beskriva hur olika flygpriser förändras över tid. I en tidsserieanalys, även kallat ”longitudinell studie”, är det främst förändringen av något över tid som är fokus i studiens frågeställning. Tidsseriedata är med andra ord mätvärden som på något sätt kan sorteras efter tid. Tidigare studier där samma metod har tillämpats har till exempel inkluderat en sekvens med dagliga slutkurser på börsen, vilket har använts för att kartlägga eventuella trender (Lantz 2014 s. 27–28). Eftersom den empiriska data som används i undersökningen har samlats in under en längre tidsperiod och representerar flera tidpunkter så lämpar sig kvantitativ tidsseriestudie som metod för den här undersökningen.

3.2 Deltagare

Urvalet för undersökningen består av totalt fyra företag inom flyg -och resebranschen, två charterbolag och två reguljärflygbolag / lågprisflygbolag:

- TUI – Nordens största researrangör med sitt eget flygbolag TUIfly Nordic.
- Ving – Sveriges största researrangör med sitt eget flygbolag Sunclass Airlines.
- Norwegian – Nordens största lågprisflygbolag med omfattande verksamhet i alla nordiska länder.

- SAS – Flygbolag som är baserat i Sverige, Norge och Danmark. Bolagets största aktieägare är den svenska -och danska staten.

Dessa fyra deltagare har valts på grund av flera olika faktorer. Eftersom studien utförs på uppdrag av TUI är det för att kunna jämföra sig mot de andra deltagarna en förutsättning att de också ska vara en del av undersökningen. Ving har valts eftersom de är en av de största konkurrenterna till TUI på den svenska marknaden, och eftersom Ving bedriver sin verksamhet på ett liknande sätt. Gemensamt för TUI och Ving är att de har egna flygbolag som opererar stora delar av deras charterflyg, vilket också var en viktig aspekt i valet av representanter. Norwegian och SAS har valts att representera reguljärflygmarknaden för att de båda är stora aktörer. En avgörande faktor var att respektive deltagare skulle erbjuda en flygavgång med direktflyg ARN – LPA den 11 december och retur en vecka senare, det vill säga den 18 december. Med tanke på respektive deltagares marknadsposition samt marknadsandel kan man anse att de valda deltagarna för studien väl representerar den populationen som studien vill undersöka, med andra ord, marknaden för charter -och reguljärflyg.

3.2.1 Val av flygavgång

En avgörande faktor för val av deltagare var som nämnts tidigare att varje aktör skulle erbjuda samma flygsträcka på samma dag, både avgång och retur. Detta är en förutsättning för att en jämförelse ska kunna göras. Utöver detta är Arlanda som avgångsflygplats valt eftersom det är Sveriges största flygplats med således störst utbud. Gran Canaria är en populär destination för skandinaver under vinterhalvåret och dit går det både charter- och reguljärflyg, vilket gör det till en lämplig destination för denna undersökning. Datum för avgång och retur har noggrant valts ut så att de yttre påverkande faktorerna, som till exempel höstlov, jul eller nyår, inte ska påverka prisbilden.

3.3 Tillvägagångssättet

Insamlingen av data har gjorts genom att dagligen mellan 12 oktober – 11 december 2021 gå in på respektive researrangörs och flygbolags hemsida där pris för tur -och returesor för en vuxen resenär har sökts fram. Undersökningen sträcker sig med andra ord över en

60 dagars period och insamlingen av priserna har gjorts endast en gång per dygn, i huvudsak under förmiddagen. Anledningen till att observationerna har gjorts under ungefär samma tidpunkt per dygn är att få den insamlade datan så jämförbar som möjligt. Det är omöjligt för en utomstående att veta när och hur många gånger per dygn respektive deltagare ändrar sina priser, och därför blir den insamlade datan något mer representativ om den tagits under samma tidsrum per dygn. Att insamlingen av data inte har gjorts vid exakt samma klockslag varje dygn beror på att det skulle vara praktiskt ohållbart. Sökningen av priser har genom hela undersökningen uteslutande handlat om de aktuella datumerna, det vill säga avgång 11 december och retur 18 december. Alla framsökta totalpriser har sedan noterats och dokumenterats i ett Excel ark (se bilaga).

3.3.1 Insamlade prisuppgifter

De priser som har samlats in är i SEK och representerar totalpriset för den aktuella tur- och returresan. Det priset behöver nödvändigtvis inte representera varje kunds slutgiltiga pris eftersom det kan tillkomma kostnader för tilläggstjänster som till exempel incheckat bagage och avbokningsförsäkring. Dessa kostnader har uteslutits för att det är svårt att generalisera vad en resenär väljer för tilläggstjänster. De priser som ligger som grund för undersökningen är med andra ord det lägsta priset som en resenär skulle haft möjlighet att betala för den aktuella flygavgången hos respektive deltagare. Syftet med undersökningen är inte att studera exakta priser utan fokuset ligger i prisförändringen över tid och jämförelsen av det fenomenet mellan charter- och reguljärflyg. Studiens syfte är således inte att redovisa det exakta priset som en kund får betala för sin resa. I de priser som ingår i studiens insamlade data är alla skatter och avgifter inkluderade bortsett från de eventuella tilläggstjänster som tidigare nämnts.

3.4 Analys av data

Den valda metoden för studien är som tidigare nämnts en kvantitativ tidsserieanalys. En tidsserie för respektive deltagare har skapats genom att sammanställa all data i linjediagramform med hjälp av datorprogrammet Microsoft Excel. Eftersom studiens huvudsyfte är att undersöka hur deltagarnas prisutveckling skiljer sig från varandra har dessa linjediagram använts som den primära källan för analys av den insamlade data. Ett viktigt

kriterium för att kunna jämföra tidsserier framgångsrikt är att respektive tidsserie behöver ha en gemensam mätfrekvens, det vill säga tiden mellan observationerna behöver vara densamma (Lantz 2014 s. 29). Detta kriterium har uppfyllts i studien eftersom data har samlats in regelbundet, dagligen. Genom att jämföra diagrammen har man kunnat utläsa flera resultat. Analysen har genomförts med två huvudfrågor i åtanke:

1. Hur skiljer sig priserna?
2. Hur skiljer sig trenderna i prisutvecklingen?

Genom noggrant visuellt granskande av prisutvecklingen och dess trend hos respektive deltagare har analys kunnat göras både i jämförelse mellan respektive deltagare, och jämförelse mellan charter -och reguljärflygbolagen. För att underlätta jämförelsen och göra analysen mer valid har regressionsanalyser utförts på respektive deltagares resultat. Även den linjära regressionen har utförts i datorprogrammet Microsoft Excel. Den linjära regressionsanalysen har gjorts för respektive deltagare där pris samt antal dagar till avgång har varit de aktuella variablerna. Uträkningen har resulterat i en trendlinje och ett r-kvadratvärde mellan 0-1. R-kvadratvärdet berättar hur troligt det är att variablerna är beroende av varandra och ju närmare 1 resultatet ligger, desto starkare är sambandet mellan variablerna. Med andra ord berättar det hur nära trendlinjen de faktiska förändringspunkterna ligger (Andersson 2021). Den linjära regressionen har underlättat när det kommer till att konstatera eventuella skillnader eller likheter mellan deltagarnas prisförändringar och hur dessa förhållit sig till antalet dagar kvar till avresa. Vidare så har både medelvärde och medianvärde för respektive deltagares pris beräknats och jämförts. Samtliga beräkningar har gjorts på de insamlade prisuppgifterna för respektive deltagare samt återstående dagar till avresa.

3.5 Validitet och reliabilitet

Studien kan anses ha en hög validitet eftersom resultatet i form av prissättning över tiden för undersökningsperioden utgår från effekten av de undersökta priserna. Det går däremot inte att påstå att priset på en flygresa enbart beror på hur lång tid det är kvar till avgången. Det som därmed sätter begränsningar i studiens validitet är att det inte helt går att utesluta möjligheten att prisförändringar också kan bero på andra saker än förändringar i efterfrågan över tid. Till exempel så tar studien inte hänsyn till flygbolagens interna kostnader eller andra aspekter som kan inverka på orsaksförhållandet. Men då studiens syfte är att

undersöka hur priset på flygbiljetter förändrar sig över tid för charterflyg respektive reguljärflyg så är studien som sådan valid, trots dessa begränsningar. Studien har också en hög mätningvaliditet eftersom det som ska mätas är prisförändringar på respektive researrangörers och flygbolags biljettpriser, och för att mäta det används just priset vilket kan anses vara en valid representation av ett företags prissättning.

Studien håller också en hög reliabilitet då all data är primärdata direkt från respektive researrangör och flygbolag, och datan har funnits tillgänglig för alla med tillgång till internet mellan de aktuella datumen för undersökningen. Tillvägagångssättet för insamling av data är också väl beskrivet för att underlätta för vidare studier där en liknande metod kan tänkas vara användbar, men då under en annan undersökt tidsperiod. I ett sådant fall kan data från denna undersökning komma till användning för eventuell jämförelse eftersom historiska priser från respektive deltagare inte finns tillgängliga för allmänheten.

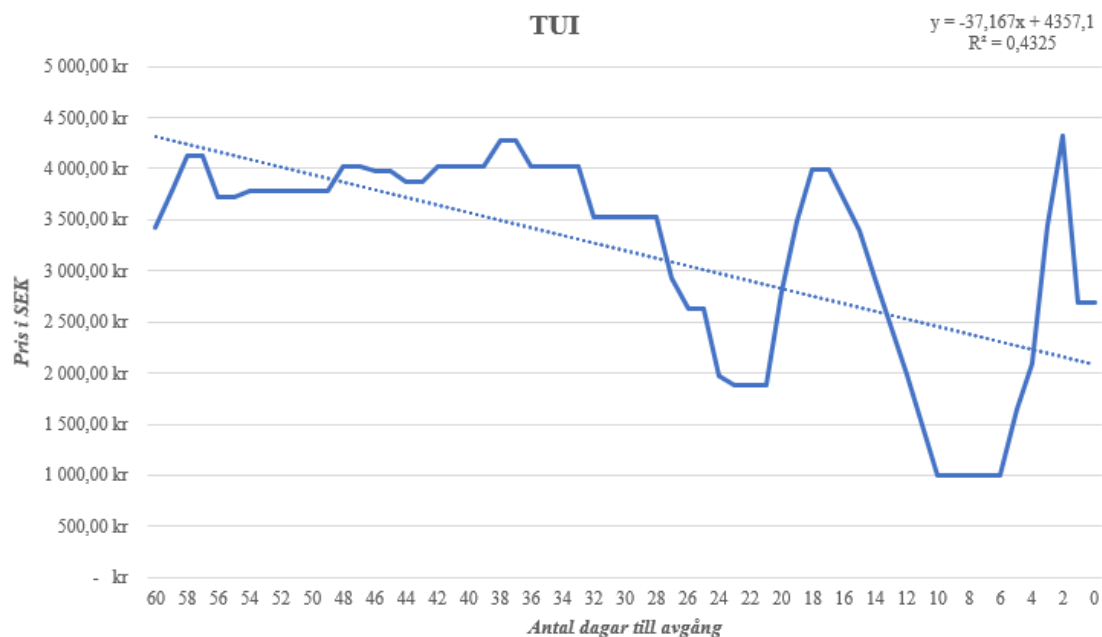
3.6 Forskningsetiska avväganden

Eftersom samtliga deltagare i undersökningen är offentliga bolag och deras prisuppgifter finns tillgängliga för allmänheten kan man anse att undersökningen som sådan uppfyller de forskningsetiska kriterierna. Detta trots att ingen av deltagarna, med undantag från TUI, blivit informerade om att de är objekt för denna undersökning. All data lagras säkert under hela undersökningsperioden och resultat och analys av data kommer endast att användas till denna undersökning samt delges uppdragsgivaren TUI.

4 RESULTAT

Här följer en sammanfattad resultatredovisning för respektive deltagare i undersökningen. Hela det sammanställda resultatet kan tas del av i det Excel ark som bifogas som bilaga.

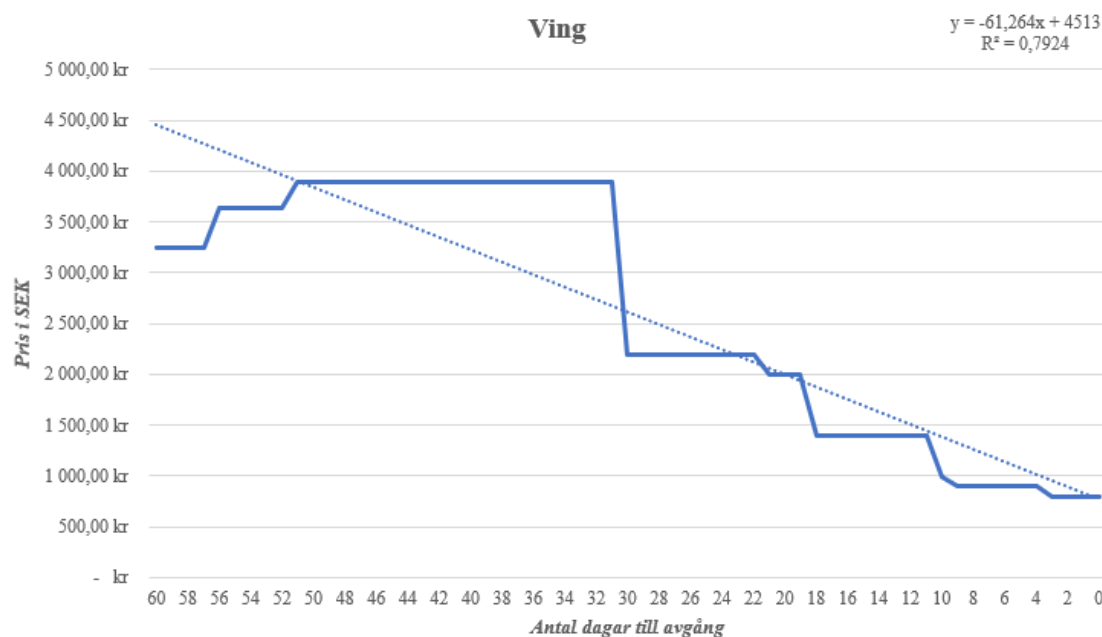
4.1 TUI



Figur 6: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för TUIfly Nordic (TUI) med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.

Charterflyget med TUIfly Nordic från Stockholm till Gran Canaria avgick den 11 december 2021 kl. 07:15 och returen skedde den 18 december 2021 kl. 13:50. Flyget hade under de 60 sista dagarna före avgång ett snittpris på 3204,89 kr medan medianpriset hamnade på 3686 kr. En anledning till att medianvärdet är något högre än medelvärdet är att priset både steg och sjönk kraftigt under den sista hälften av undersökningsperioden. Priset förändrades vid 32 tillfällen under undersökningsperioden och var som högst 38-37 dagar före avgång (4275 kr) och som lägst 10-6 dagar före avgång (998 kr), vilket motsvarar en procentuell förändring på 76,65 %. Den veckodag som det i snitt var billigast att köpa en biljett var lördag (3064,44 kr) medan den dyraste veckodagen var torsdag (3385,44 kr). Med hjälp av linjär regression syns en tydlig trendlinje och R-kvadratvärdet är 0,4325.

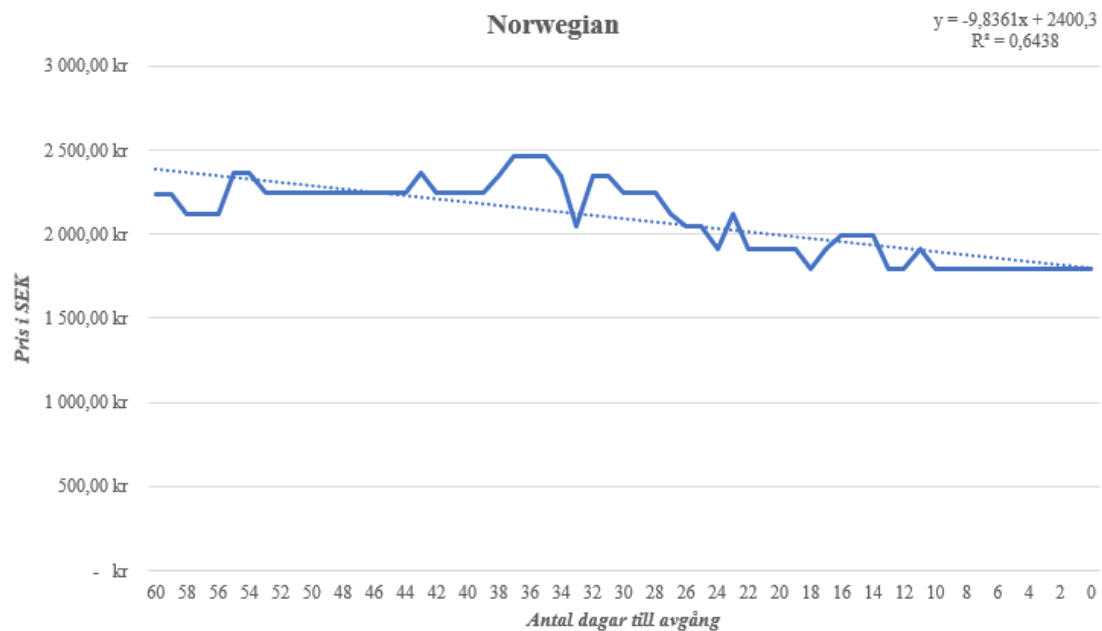
4.2 Ving



Figur 7: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för Sunclass Airlines (Ving) med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.

Charterflyget med Sunclass Airlines från Stockholm till Gran Canaria avgick den 11 december 2021 kl. 07:25 och returen skedde den 18 december 2021 kl. 13:50. Flyget hade under de 60 sista dagarna före avgång ett snittpris på 2613,85 kr medan medianpriset hamnade på 2195 kr. En anledning till att medianvärdet är något lägre än medelvärdet är att priset låg på en relativt hög och stabil nivå under den första hälften av undersökningsperioden, för att sedan enbart sjunka fram till avgång. Priset förändrades vid 8 tillfällen under undersökningsperioden och var som högst 51-31 dagar före avgång (3895 kr) och som lägst 3-0 dagar före avgång (795 kr), vilket motsvarar en procentuell förändring på 79,59 %. Den veckodag som det i snitt var billigast att köpa en biljett var torsdag och fredag (2489,44 kr) medan den dyraste veckodagen var söndag och måndag (2726,25 kr). Med hjälp av linjär regression syns en tydlig trendlinje och R-kvadratvärdet är 0,7924.

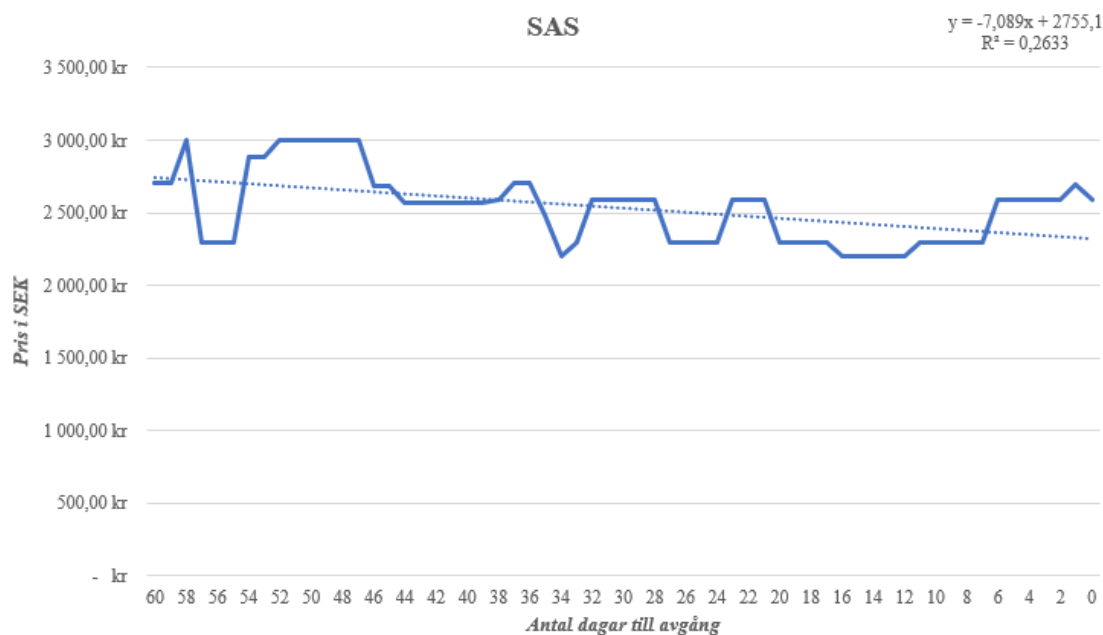
4.3 Norwegian



Figur 8: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för Norwegian med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.

Reguljärflyget med Norwegian från Stockholm till Gran Canaria avgick den 11 december 2021 kl. 11:00 och returen skedde den 18 december 2021 kl. 16:45. Flyget hade under de 60 sista dagarna före avgång ett snittpris på 2095,41 kr medan medianpriset hamnade på 2116 kr. Priset förändrades vid 22 tillfällen under undersökningsperioden och var som högst 37-35 dagar före avgång (2467 kr) och som lägst 1-0 dagar före avgång (1793 kr), vilket motsvarar en procentuell förändring på 27.32 %. Den veckodag som det i snitt var billigast att köpa en biljett var måndag (2057,88 kr) medan den dyraste veckodagen var torsdag (2114,22 kr). Med hjälp av linjär regression syns en tydlig trendlinje och R-kvadratvärdet är 0,6438.

4.4 SAS



Figur 9: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för SAS med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.

Reguljärflyget med SAS från Stockholm till Gran Canaria avgick den 11 december 2021 kl. 10:20 och returen skedde den 18 december 2021 kl. 18:20. Flyget hade under de 60 sista dagarna före avgång ett snittpris på 2535,34 kr medan medianpriset hamnade på 2589 kr. Priset förändrades vid 30 tillfällen under undersökningsperioden och var som högst 58 dagar före avgång (2998 kr) och som lägst 34 dagar före avgång (2197 kr), vilket motsvarar en procentuell förändring på 26,72 %. Den veckodag som det i snitt var billigast att köpa en biljett var söndag (2430,88 kr) medan den dyraste veckodagen var torsdag (2615,44 kr). Med hjälp av linjär regression syns en tydlig trendlinje och R-kvadratvärdet är 0,2633.

5 DISKUSSION

I följande kapitel kommer jag att diskutera resultatet och min valda metod genom att analysera och tolka resultaten från undersökningen. Det primära fokuset i resultatdiskussionen kommer att vara att jämföra respektive deltagares prisutveckling och i synnerhet

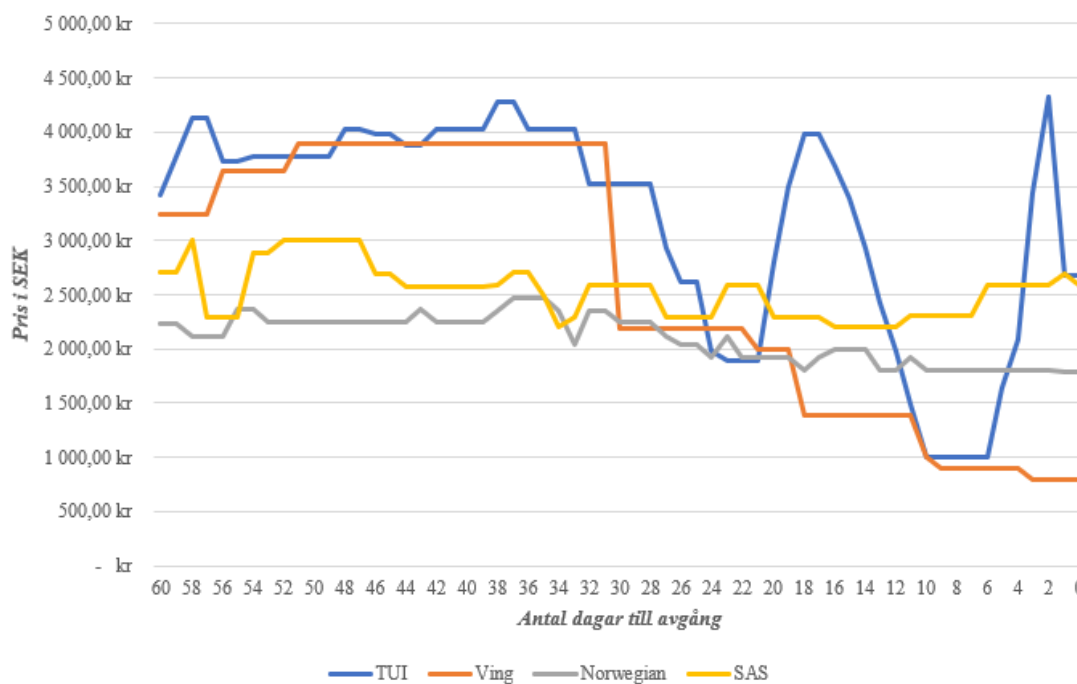
skillnaden mellan charter -och reguljärflyg, eftersom det är vad jag strävar efter att svara på med min forskningsfråga.

5.1 Resultatdiskussion

Alla deltagare har flera faktorer gemensamt, men det som kanske är den tydligaste gemensamma nämnaren är att alla deltagare har en nedåtgående trend i deras prisutveckling. Samtliga deltagare hade ett lägre pris på avresedagen än vad de hade 60 dagar före avresa. Vidare kan man konstatera att samtliga deltagare har förändrat sitt pris, genom att både höja och sänka det, ett flertal gånger under undersökningsperioden. Detta visar på att alla deltagare tillämpar en tydlig prisdiskriminering då samma biljett har haft olika pris vid flera tillfällen under de 60 sista dagarna innan avgång.

En annan intressant parameter som kan jämföras mellan samtliga deltagare är r-kvadratvärdet från den linjära regressionen. R-kvadratvärdet berättar för oss hur troligt det är att variablerna är beroende och påverkas av varandra. I det här fallet handlade det om huruvida priset är beroende av antalet dagar till avgång. R-kvadrat ligger mellan 0 och 1, och ju närmare 1 resultatet är, desto starkare är sambandet. Med andra ord berättar det hur nära trendlinjen de faktiska förändringspunkterna ligger (Andersson 2021). I det här sammanhanget kan vi konstatera att Ving och Norwegian har ett relativt starkt r-kvadratvärde då de båda är över 0,5 medan TUI och SAS inte alls har lika starkt r-kvadratvärde. En orsak till detta kan vara antalet förändringar under undersökningsperioden. Både TUI och SAS gjorde prisförändringar vid fler än 30 tillfällen under de sista 60 dagarna före avgång. Då prisförändringarna handlade om både höjningar och sänkningar av priset resulterar det i att variabeln pris inte får något starkt samband med variabeln antalet dagar till avgång. Ving och Norwegian hade betydligt färre tillfällen där priset förändrades och majoriteten av prisförändringarna handlade om att priset sänktes. Det här resulterar i att sambandet mellan priset och antalet dagar till avgång blir starkare eftersom trendlinjen hamnar närmare de faktiska förändringspunkterna.

5.1.1 Jämförande analys och tolkning



Figur 10: Prisutveckling de sista 60 dagarna före avgång för samtliga deltagare med avgång ARN-LPA den 11 december 2021 och retur LPA-ARN 18 december 2021.

Även om samtliga deltagare visar tydliga tendenser till prisdiskriminering i sina prissättningsstrategier så skiljer sig charterflygen (TUI och Ving) med reguljärflygen (Norwegian och SAS). Den mest framstående skillnaden mellan dessa är hur mycket priset förändras sig. Både TUI och Ving har en procentuell förändring från högsta pris till lägsta pris på mer än 75 %, det vill säga att priset sjunkit kraftigt hos båda charterflygen. Anledningen till detta kan antas bero på att charterflygen och dess prissättning påverkas starkt av utbud och efterfrågan. Eftersom covid-19 pandemin har påverkat hela resebranschen har också efterfrågan på resor förändrats kraftigt, vilket säkerligen är en stor anledning till de stora prisförändringarna som resultatet för charterflygen visar. Även om de stora prisförändringarna är det som visar sig tydligast så är det egentligen ingenting konstigt med det, eftersom det i praktiken följer strategin och teorin om en prissättning som baserar sig på utbud och efterfrågan. Förmodligen har utbudet varit högt i form av många osålda biljetter, medan kundernas efterfrågan har upplevts som låg. Det har resulterat i de kraftiga prissänkningarna hos charterflygen. Det är också en intressant iakttagelse att både TUI:s och Vings pris sänks kraftigt i mitten av undersökningsperioden. Under de första 30 dagarna ligger charterflygens prispbild tydligt över reguljärflygens. Men vid 32–30

dagar före avgång sker en kraftig prissänkning hos charterflygen vilket gör att de från en dag till en annan verkligen kan konkurrera med reguljärflygens priser. Det här är precis vad yield management handlar om och hur man som företag försöker förutse kundernas priskänslighet. Målgruppen som vänder sig till charterarrangörer kort inpå avresa är ofta ute efter ”sista minuten” priser vilket gör att de är betydligt mer priskänsliga än de kunder som bokar sina resor långt innan avgång.

Samtidigt som både TUI och Ving, som båda representerar charterbolagen i denna undersökning, har visat en kraftig prissänkning så är det anmärkningsvärt hur stor skillnad deras respektive prisutveckling visar. Prisutvecklingen hos TUI visar på en kraftig prisfluktuation där priset förändrades vid 32 tillfällen, varav 18 tillfällen innebar prissänkningar och 14 tillfällen var prishöjningar. Det här påverkar det relativt låga r-kvadratvärdet som påvisar att det inte finns något starkt samband mellan pris och antalet dagar till avgång i TUI:s prissättningsstrategi. Steffen Hansen (2022) som är Head of Pricing & Trading på TUI kommenterar resultatet på följande sätt:

Där finns såklart alltid flera anledningar till att prisbilden ser ut som den gör och speciellt denna vinter där vi återigen har haft store utmaningar med en flygkapacitet som inte har motsvarigt efterfrågan i marknaden. En av de största anledningar till att vi har en mer fluktuerad prissättning och trading av flygpris är att TUI aktivt använder flygpris som ett optimeringsverktyg genom hela ”late trading” vilket är 60 dagar innan avresa. Vi använder så kallade ”parameter settings” i vårt trading system och bygger ”target profiles” där vi tillåter priserna att variera och fluktuera beroende på bokningsingång och sälj hastighet. TUI använder ett automatiserad trading system för detta.

Hansens kommentar bekräftar att pandemin har varit en stor utmaning och att den har påverkat utbudet och efterfrågan när det kommer till TUI:s försäljning. Att TUI använder flygpriserna på deras charterflyg som ett optimeringsverktyg under de 60 sista dagarna innan avgång kan också förklara den mer fluktuerade prissättningen i jämförelse med Ving.

Ving visar ett resultat som ger en annorlunda trendlinje i deras prisutveckling där priset inte fluktuerar lika kraftigt. Vings pris förändrades endast vid 8 tillfällen varav de 2 första tillfällena rörde sig om en prishöjning och de sista 6 förändringarna var alla prissänkningar. Detta resulterade i att Vings trendlinje är ganska nära de faktiska förändringspunkterna vilket medför ett r-kvadratvärde som är närmare 0,8. Med andra ord korrelerar priset med antalet dagar till avgång i det här fallet ganska kraftigt. Det syns också tydligt i prisutvecklingen eftersom priset varit som högst i början av undersökningsperioden och som lägst de sista dagarna innan avgång. Den här typen av prisutveckling skulle jag säga är den som oftast förknippas med charterbranschen men det är intressant att se att det inte

alltid är fallet. Även om både TUI och Ving har stora prisförändringar gemensamt så skiljer sig trendlinjen kraftigt i det här fallet.

I jämförelse med charterflygen visar reguljärflygen en betydligt mindre förändring i sin prisutveckling. Både Norwegian och SAS har haft en stabilare prisbild där båda deltagarna hade en procentuell förändring mellan högsta och lägsta pris på under 28 %. Gemensamt för de båda reguljärflygen är också att de har haft ett relativt lågt pris vid inledningen av undersökningen och sedan hållit sig kring det priset även om priset hos de båda deltagarna har förändrats vid 22 respektive 30 tillfällen. Något som är anmärkningsvärt i resultatet för reguljärflygen i den här undersökningen är att deras priser inte har stigit under den sista perioden innan avgång, vilket normalt är fallet när det kommer till prissättningsstrategier hos reguljärflygbolagen. De tidigare studierna av både Gill (2010) och Johansson Herou & Knutsson (2013) visade ett resultat där priserna tenderade att öka kraftigt de sista 20 dagarna innan avgång för att till slut vara som högst på avresedagen. Detta är som sagt relativt normalt när det kommer till reguljärflyg och deras prissättningsstrategier. Inom reguljärflygindustrin används yield management mycket i prissättningsstrategierna och de har en mer segmenterad marknad jämfört med charterindustrin. En stor del av reguljärflygens målgrupp är affärsresenärer och det kan vara en förklaring till de normalt kraftiga prisökningarna. Reguljärflygbolagen förutser att de kunder som köper flygbiljetter nära inpå avgång inte är lika priskänsliga som de som köper flygbiljetter en längre tid innan avgång. Det är således anmärkningsvärt att varken Norwegian eller SAS har haft denna prisökning kort innan avgång i den här undersökningen. Även det här kan med stor sannolikhet kopplas till pandemin och den begränsade efterfrågan. Förmodligen har beläggningsgraden på flygen inte varit hög nog för att motivera en prisökning innan avgång.

Om vi tittar på resultatet från Norwegian kan vi konstatera att deras pris förändrades vid 22 tillfällen under undersökningsperioden varav 7 tillfällen innebar prishöjningar medan 15 tillfällen var prissänkningar. Den starka majoriteten av prissänkningar resulterade i att trendlinjen hamnar ganska nära de faktiska förändringpunkterna vilket gav oss ett r-kvadratvärde på över 0,6. Men andra ord finns det ett samband mellan pris och antalet dagar till avgång. Jämför man detta med SAS så kan vi konstatera att SAS har haft en starkare prisfluktuation med sina 30 tillfällen av prisförändring där 15 innebar prishöjningar och 15 betydde prissänkningar. Detta gav ett r-kvadratvärde på under 0,3 vilket

innebär att det egentligen inte finns något samband mellan priset och antalet dagar till avgång. I det här fallet ser vi tydligt samma sak som Johansson Herou & Knutsson (2013) kom fram till i sin tidigare studie, nämligen att biljettpriserna varierar kraftigt under försäljningsperioden och att en uppgång i pris ofta innebär att priset snart sänks igen.

5.2 Metoddiskussion

Utifrån studiens syfte och forskningsfråga fungerade min tidsserieanalys väl i praktiken. Med hjälp av metoden har jag tydligt kunnat analysera och jämföra resultatet från de olika deltagarna vilket var studiens huvudsyfte. Diagrammen som skapats på basen av insamlade data har varit ett mycket viktigt visuellt verktyg för analysen. De olika uträkningarna har också varit till stor hjälp för analysen och tolkningen av resultatet när det kommer till att jämföra de olika deltagarna, bland annat hur starkt sambandet mellan variabeln pris och variabeln antalet dagar till avgång har varit.

När det handlar om att analysera prisutvecklingar i realtid så är det såklart mycket svårt att göra det utan tekniska hjälpmedel. Därför är en begränsning i den här metoden att de insamlade prisuppgifterna endast representerar priset på flygbiljetterna under en kort tid på förmiddagen varje dag. Det här betyder att eventuella prisförändringar under andra tider på dygnet varken har samlats in eller analyserats. I den här studien har således ett pris fått representera hela dygnets prisbild, vilket kanske inte alltid stämmer. Något som skulle ha kunnat göras annorlunda för att ha möjlighet att uttala sig mer om generella trender inom deltagarnas prissättningsstrategier är att studien hade gjorts större i form av fler flygrutter och mer data att jämföra. Sedan bör man också komma ihåg att det är mycket mer än endast prisutveckling som påverkar ett företags prissättningsstrategi. Ett alternativ till den valda metoden skulle således kunna ha varit en kombination av en kvalitativ studie där man genom dialog med respektive deltagare samlar data om hur de ser på deras prisutveckling och vad som påverkat resultatet.

6 SLUTSATSER

Att prissätta en produkt eller tjänst är någonting som alla vinstdrivande verksamheter behöver göra. Trots det så är det en mycket komplex process där många faktorer behöver

beaktas. För flygbranschen handlar det om att maximera vinsten på ett begränsat utbud i form av flygstolar. Genom bland annat de prissättningsstrategier som behandlats i detta arbete försöker flygbolagen maximera värdet för varje tillgänglig flygstol. Dessa strategier och branschens prissättningsprocess gör att flygmarkandes priser kan framstå som väldigt oregelbundna och fluktuerande.

Syftet med denna studie var att göra en jämförelse av prissättningen mellan charterflyg och reguljärflyg, och hur respektive prissättning utvecklas ju närmare avresa man kommer.

Med det i åtanke kan jag konstatera att resultaten från studien har varit något varierande, men att det både finns en del likheter och skillnader. Det som i den här studien har visat sig vara gemensamt hos samtliga deltagare är att prisutvecklingens trendlinje är nedåtgående. Samtliga deltagare presenterade ett högre pris 60 dagar innan avgång än det pris som var på avresedagen. Det visade sig också tydligt att samtliga deltagare har förändrat sina priser vid ett flertal tillfällen. Även om antalet prisförändringar har skilt sig mellan deltagarna är det ändå tydligt att samtliga deltagare har en stark prisdiskriminering och använder sig av yield management i sina prissättningsstrategier.

Den kanske mest framstående skillnaden är storleken på prisförändringen hos charterflygen respektive reguljärflygen. TUI och Ving visade på en prissänkning från högsta till lägsta pris som var mer än 75 %, jämfört med reguljärflygen som hade en procentuell prisförändring som var under 28 %. Med andra ord var reguljärflygens prisutveckling under de 60 sista dagarna betydligt stabilare jämfört med charterflygen som hade en kraftigare prisfluktuation. Även om snittpriset hos charterflygen varit högre jämfört med reguljärflygen ska det noteras att båda charterflygen sänkte sina priser kraftigt i mitten av undersökningsperioden, vilket resulterade i att de direkt kom ner i samma prisnivå som reguljärflygen. Faktum är att Ving var den deltagare som hade överlägset lägst pris på avresedagen. Studiens resultat bekräftar således att det som framför allt skiljer sig mellan charterflyg och reguljärflyg är prisfluktuationen där reguljärflygen håller en generellt stabil nivå medan charterflygen går ut med ett högre pris som sedan sänks ju närmare avresa det handlar om.

6.1 Arbetets begränsningar

Hela processen i studien har såklart en del begränsningar som man ska vara medveten om, inte minst i eventuella framtida studier som liknar denna. För det första är det ofrånkomligt att se till den rådande pandemin och de begränsningar och utmaningar som det har fört med sig för hela resebranschen. Om en identisk studie skulle ha utförts innan pandemin skulle resultatet med stor sannolikhet varit annorlunda. Med det sagt så är det viktigt att känna till att pandemins påverkan på efterfrågan av flygbiljetter har varit en avgörande faktor i resultatet för denna studie.

Vidare så är den insamlade data som använts i studien begränsad till att omfatta en tidsperiod om 60 dagar. Detta beror dels på praktiska faktorer såsom den tidsbegränsning som arbetet har behövt följa, men det är också en rimlig begränsning eftersom de stora förändringarna i prisutvecklingen oftast sker under denna tidsperiod. Studien har också en del begränsningar när det kommer till mängden data som ingått i undersökningen. Med fler observationer i form av insamlade prisuppgifter flera gånger per dygn och fler rutter skulle man kunna uttala sig mer om vilka trender som varje deltagare visat i sin prisutveckling. Man behöver också känna till att det ger begränsad förståelse för prisstrategier och prisutveckling genom att enbart ta hänsyn till pris och antalet dagar till avgång. Beläggingsgrad (antalet sålda biljetter) och kostnader är parametrar som självklart påverkar prisbilden och dess utveckling.

6.2 Förslag till vidare undersökningar

Som jag nämnde tidigare så är det mycket mer än endast prisutveckling som påverkar ett flygbolags prissättningsstrategi. Därför är ett förslag till framtida undersökningar att se detta från en mer kvalitativ synvinkel där man skulle låta respektive deltagare uttala sig om resultatet och prisutvecklingen för att få en bättre förståelse för deras prissättningsstrategi. Dock är en förutsättning för en sådan undersökning att de deltagande företagen är villiga att dela med sig av sådan intern information, vilket inte är någon självklarhet eftersom sådant ofta är konfidentiellt.

Ett annat förslag till vidare studier inom detta ämne är att fokusera mer på charterbranschen. Min erfarenhet efter att ha arbetat med detta är att det finns betydligt mer tidigare studier om reguljärflyg och dess prisutveckling i jämförelse med charterresor. Man ska komma ihåg att ett charterflyg oftast är en komponent av ett större paket som researrangören har som prioriterad målsättning att sälja. Det skulle därför vara intressant att se en liknande prisjämförelse på paketresor där både flyg och hotell ingår i priset.

KÄLLOR

- Andersson, K., 2021, Regressionsanalys i Excel, *SupportData.Net*. Tillgänglig: <http://www.supportdata.net/skolor/regress/text.html> Hämtad: 20.01.2022
- Belobaba, P., Oadini A., Barnhart C., 2016, *The Global Airline Industry*, 2 uppl., John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/996250/the-global-airline-industry-pdf> Hämtad: 29.9.2021
- Browning, E., 1992, *Microeconomic theory and applications*, HarperCollins, New York.
- Case, K., Fair, R. & Oster, S., 2019, *Principles of Economics, Global Edition*, 13 uppl., Pearson. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/955065/principles-of-economics-global-edition-pdf> Hämtad: 6.10.2021
- Debyser A. & Pernice D., 2021, Luftransport: Marknadsregler, *Europaparlamentet*. Tillgänglig: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/sv/sheet/131/luftransport-marknadsregler> Hämtad: 17.7.2021
- Elhaj, M., 2012, Factors that contribute to consumers' perceptions of online and traditional travel reservation systems, *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 23(1), s. 118.122. Tillgänglig: Academic Search Elite Hämtad: 24.9.2021
- Fernando, J., 2021, Law of Supply and Demand, *Investopedia*. Tillgänglig: <https://www.investopedia.com/terms/l/law-of-supply-demand.asp> Hämtad: 12.10.2021
- Frank, R., & Cartwright, E., 2016, *Microeconomics and Behaviour*, 2 uppl., McGraw-Hill Education.
- Gill, P., 2010, *Låprisflygbolagens prissättningsstrategier – En kvantitativ studie av Ryanairs prissättning av flygbiljetter*, examensarbete, Södertörns högskola, Företagsekonomi, Södertörn.
- Hallberg, N.L., 2008, Pricing Capability and Its Strategic Dimensions, *Lund Business Press*. Tillgänglig: ResearchGate Hämtad: 7.10.2021

- Hansen, S., 2022, *kommentar om resultatet från undersökningen* [muntl.], E-post: 24.1.2022
- Holloway, S., 2017, *Straight and Level: Practical Airline Economics*, Taylor and Francis, USA. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/1498252/straight-and-level-practical-airline-economics-pdf> Hämtad: 13.10.2021
- Johansson Herou, D., & Knutsson, A., 2013, *Prissättning inom flygbranschen – En kvantitativ studie om prissättningen på den västsvenskaflygmarknaden*, examensarbete, Göteborgs universitet, Industriell och finansiell ekonomi, Göteborg.
- Jørgensen, F., & Solvoll, G., 1996, Demand models for inclusive tour charter: The Norwegian case, *Tourism Management*, 17(1), s. 17-24. Tillgänglig: ScienceDirect Hämtad: 30.9.2021
- Kikerpuu H., 2015, Charterns historia – så såg solresor ut på 50-talet, *Vagabond*. Tillgänglig: <https://www.vagabond.se/restips/charterns-historia-60-ar-av-langtan-till-solen> Hämtad: 16.9.2021
- Kreps, D., 2019, *Microeconomics for Managers*, 2 uppl., Princeton University Press. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/773393/microeconomics-for-managers-2nd-edition-pdf> Hämtad: 29.9.2021
- Lantz, B, 2014, *Den statistiska undersökningen – grundläggande metodik och typiska problem*, 2 uppl., Studentlitteratur AB, Lund.
- Löw, T., 2014, Hemligheterna bakom priset för din flygbiljett!, AirHelp. Tillgänglig: <https://www.mynewsdesk.com/se/airhelp/news/hemligheterna-bakom-priset-foer-din-flygbiljett-95077> Hämtad: 24.9.2021
- MCQ Revision Question - Price Discrimination*, 2017, tutor2u. Tillgänglig: <https://www.youtube.com/watch?v=ye3OPGrMIVM&t=99s> Hämtad: 7.10.2021
- Nationalencyklopedin*, Paretokriteriet, Tillgänglig: <https://www-ne-se.ezproxy.arcada.fi:2443/upplagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/paretokriteriet> Hämtad: 12.10.2021
- Page S., 2019, *Tourism Management*, 6 uppl., Taylor and Francis. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/2193506/tourism-management-pdf> Hämtad: 17.9.2021
- Preston McAfee, R., & Velde, V., 2006, *Dynamic Pricing in the Airline Industry*, California Institute of Technology. Tillgänglig: <https://mcafee.cc/Papers/PDF/DynamicPriceDiscrimination.pdf> Hämtad: 14.10.2021
- Saunders, M., Thornhill, A. and Lewis, P., 2019, *Research Methods for Business Students*, 8 uppl., Pearson. Tillgänglig: <https://www.perlego.com/book/971477/research-methods-for-business-students-pdf> Hämtad: 5.11.2021

- Simon, H., & Butscher S.A., 2001, Individualised Pricing: Boosting Profitability with the Higher Art of Power Pricing, *European Management Journal*, 19(2), s. 109-114. Tillgänglig: Academia Hämtad: 7.10.2021
- Skoglund, J., 2008, *Flygtendenser – Statistik, analys och information från Luftfartsstyrelsen*, Tillgänglig: https://www.transportstyrelsen.se/globalassets/global/publikationer/luftfart/flygtendenser/flygtendenser_2-08.pdf Hämtad: 17.9.2021
- Skrivguiden*, Uppsatsens delar. Tillgänglig: https://skrivguiden.se/skriva/upsatsens_delar/ Hämtad: 1.11.2021
- Svensson, H., 2008, *Vad bestämmer hur mycket vår semesterresa kostar?*, examensarbete, Handelshögskolan vid Umeå Universitet.
- TUI, 2021a, Snabba fakta om TUI Nordic och TUI Group. Tillgänglig: <https://www.tui.se/om-tui/om-foretaget/vart-kundlofte/> Hämtad: 21.9.2021
- TUI, 2021b, Vår historia i korthet. Tillgänglig: <https://www.tui.se/om-tui/om-foretaget/historik/> Hämtad: 21.9.2021
- TUI Group, 2021, Strategy. Tillgänglig: <https://www.tuigroup.com/en-en/about-us/about-tui-group/strategy> Hämtad: 21.9.2021
- Travel News*, 2019, Ving analyserar 2010-talets resetrender och händelser. Tillgänglig: <https://www.travelnews.se/analys/ving-analyserar-2010-talets-resetrender-och-handelser/> Hämtad: 21.9.2021
- Voneche, F., 2005, Yield Management In The Airline Industry, StudyLib. Tillgänglig: <https://studylib.net/doc/8226052/yield-management-in-the-airline-industry> Hämtad: 5.10.2021

BILAGOR

Bilaga 1 – Insamlade prisuppgifter

TUI

<u>Observationsdatum</u>	<u>Veckodag</u>	<u>Pris</u>	<u>Antal dagar till avgång</u>
12.10.2021	Tisdag	3 425,00 kr	60
13.10.2021	Onsdag	3 775,00 kr	59
14.10.2021	Torsdag	4 125,00 kr	58
15.10.2021	Fredag	4 125,00 kr	57
16.10.2021	Lördag	3 725,00 kr	56
17.10.2021	Söndag	3 725,00 kr	55
18.10.2021	Måndag	3 775,00 kr	54
19.10.2021	Tisdag	3 775,00 kr	53
20.10.2021	Onsdag	3 775,00 kr	52
21.10.2021	Torsdag	3 775,00 kr	51
22.10.2021	Fredag	3 775,00 kr	50
23.10.2021	Lördag	3 775,00 kr	49
24.10.2021	Söndag	4 025,00 kr	48
25.10.2021	Måndag	4 025,00 kr	47
26.10.2021	Tisdag	3 975,00 kr	46
27.10.2021	Onsdag	3 975,00 kr	45
28.10.2021	Torsdag	3 875,00 kr	44
29.10.2021	Fredag	3 875,00 kr	43
30.10.2021	Lördag	4 025,00 kr	42
31.10.2021	Söndag	4 025,00 kr	41
1.11.2021	Måndag	4 025,00 kr	40
2.11.2021	Tisdag	4 025,00 kr	39
3.11.2021	Onsdag	4 275,00 kr	38
4.11.2021	Torsdag	4 275,00 kr	37
5.11.2021	Fredag	4 025,00 kr	36
6.11.2021	Lördag	4 025,00 kr	35
7.11.2021	Söndag	4 025,00 kr	34
8.11.2021	Måndag	4 025,00 kr	33
9.11.2021	Tisdag	3 525,00 kr	32
10.11.2021	Onsdag	3 525,00 kr	31
11.11.2021	Torsdag	3 525,00 kr	30
12.11.2021	Fredag	3 525,00 kr	29
13.11.2021	Lördag	3 525,00 kr	28
14.11.2021	Söndag	2 925,00 kr	27
15.11.2021	Måndag	2 625,00 kr	26
16.11.2021	Tisdag	2 625,00 kr	25
17.11.2021	Onsdag	1 974,00 kr	24
18.11.2021	Torsdag	1 885,00 kr	23
19.11.2021	Fredag	1 885,00 kr	22
20.11.2021	Lördag	1 887,00 kr	21

21.11.2021	Söndag	2 789,00 kr	20
22.11.2021	Måndag	3 489,00 kr	19
23.11.2021	Tisdag	3 989,00 kr	18
24.11.2021	Onsdag	3 986,00 kr	17
25.11.2021	Torsdag	3 686,00 kr	16
26.11.2021	Fredag	3 386,00 kr	15
27.11.2021	Lördag	2 936,00 kr	14
28.11.2021	Söndag	2 431,00 kr	13
29.11.2021	Måndag	1 981,00 kr	12
30.11.2021	Tisdag	1 494,00 kr	11
1.12.2021	Onsdag	998,00 kr	10
2.12.2021	Torsdag	998,00 kr	9
3.12.2021	Fredag	998,00 kr	8
4.12.2021	Lördag	998,00 kr	7
5.12.2021	Söndag	998,00 kr	6
6.12.2021	Måndag	1 639,00 kr	5
7.12.2021	Tisdag	2 089,00 kr	4
8.12.2021	Onsdag	3 439,00 kr	3
9.12.2021	Torsdag	4 325,00 kr	2
10.12.2021	Fredag	2 684,00 kr	1
11.12.2021	Lördag	2 684,00 kr	0

Ving

<u>Observationsdatum</u>	<u>Veckodag</u>	<u>Pris</u>	<u>Antal dagar till avgång</u>
12.10.2021	Tisdag	3 245,00 kr	60
13.10.2021	Onsdag	3 245,00 kr	59
14.10.2021	Torsdag	3 245,00 kr	58
15.10.2021	Fredag	3 245,00 kr	57
16.10.2021	Lördag	3 645,00 kr	56
17.10.2021	Söndag	3 645,00 kr	55
18.10.2021	Måndag	3 645,00 kr	54
19.10.2021	Tisdag	3 645,00 kr	53
20.10.2021	Onsdag	3 645,00 kr	52
21.10.2021	Torsdag	3 895,00 kr	51
22.10.2021	Fredag	3 895,00 kr	50
23.10.2021	Lördag	3 895,00 kr	49
24.10.2021	Söndag	3 895,00 kr	48
25.10.2021	Måndag	3 895,00 kr	47
26.10.2021	Tisdag	3 895,00 kr	46
27.10.2021	Onsdag	3 895,00 kr	45
28.10.2021	Torsdag	3 895,00 kr	44
29.10.2021	Fredag	3 895,00 kr	43
30.10.2021	Lördag	3 895,00 kr	42
31.10.2021	Söndag	3 895,00 kr	41

1.11.2021	Måndag	3 895,00 kr	40
2.11.2021	Tisdag	3 895,00 kr	39
3.11.2021	Onsdag	3 895,00 kr	38
4.11.2021	Torsdag	3 895,00 kr	37
5.11.2021	Fredag	3 895,00 kr	36
6.11.2021	Lördag	3 895,00 kr	35
7.11.2021	Söndag	3 895,00 kr	34
8.11.2021	Måndag	3 895,00 kr	33
9.11.2021	Tisdag	3 895,00 kr	32
10.11.2021	Onsdag	3 895,00 kr	31
11.11.2021	Torsdag	2 195,00 kr	30
12.11.2021	Fredag	2 195,00 kr	29
13.11.2021	Lördag	2 195,00 kr	28
14.11.2021	Söndag	2 195,00 kr	27
15.11.2021	Måndag	2 195,00 kr	26
16.11.2021	Tisdag	2 195,00 kr	25
17.11.2021	Onsdag	2 195,00 kr	24
18.11.2021	Torsdag	2 195,00 kr	23
19.11.2021	Fredag	2 195,00 kr	22
20.11.2021	Lördag	1 995,00 kr	21
21.11.2021	Söndag	1 995,00 kr	20
22.11.2021	Måndag	1 995,00 kr	19
23.11.2021	Tisdag	1 395,00 kr	18
24.11.2021	Onsdag	1 395,00 kr	17
25.11.2021	Torsdag	1 395,00 kr	16
26.11.2021	Fredag	1 395,00 kr	15
27.11.2021	Lördag	1 395,00 kr	14
28.11.2021	Söndag	1 395,00 kr	13
29.11.2021	Måndag	1 395,00 kr	12
30.11.2021	Tisdag	1 395,00 kr	11
1.12.2021	Onsdag	995,00 kr	10
2.12.2021	Torsdag	895,00 kr	9
3.12.2021	Fredag	895,00 kr	8
4.12.2021	Lördag	895,00 kr	7
5.12.2021	Söndag	895,00 kr	6
6.12.2021	Måndag	895,00 kr	5
7.12.2021	Tisdag	895,00 kr	4
8.12.2021	Onsdag	795,00 kr	3
9.12.2021	Torsdag	795,00 kr	2
10.12.2021	Fredag	795,00 kr	1
11.12.2021	Lördag	795,00 kr	0

Norwegian

Observationsdatum **Veckodag** **Pris** **Antal dagar till avgång**

12.10.2021	Tisdag	2 236,00 kr	60
13.10.2021	Onsdag	2 236,00 kr	59
14.10.2021	Torsdag	2 116,00 kr	58
15.10.2021	Fredag	2 116,00 kr	57
16.10.2021	Lördag	2 116,00 kr	56
17.10.2021	Söndag	2 367,00 kr	55
18.10.2021	Måndag	2 367,00 kr	54
19.10.2021	Tisdag	2 247,00 kr	53
20.10.2021	Onsdag	2 247,00 kr	52
21.10.2021	Torsdag	2 247,00 kr	51
22.10.2021	Fredag	2 247,00 kr	50
23.10.2021	Lördag	2 247,00 kr	49
24.10.2021	Söndag	2 247,00 kr	48
25.10.2021	Måndag	2 247,00 kr	47
26.10.2021	Tisdag	2 247,00 kr	46
27.10.2021	Onsdag	2 247,00 kr	45
28.10.2021	Torsdag	2 247,00 kr	44
29.10.2021	Fredag	2 367,00 kr	43
30.10.2021	Lördag	2 247,00 kr	42
31.10.2021	Söndag	2 247,00 kr	41
1.11.2021	Måndag	2 247,00 kr	40
2.11.2021	Tisdag	2 247,00 kr	39
3.11.2021	Onsdag	2 347,00 kr	38
4.11.2021	Torsdag	2 467,00 kr	37
5.11.2021	Fredag	2 467,00 kr	36
6.11.2021	Lördag	2 467,00 kr	35
7.11.2021	Söndag	2 347,00 kr	34
8.11.2021	Måndag	2 047,00 kr	33
9.11.2021	Tisdag	2 347,00 kr	32
10.11.2021	Onsdag	2 347,00 kr	31
11.11.2021	Torsdag	2 247,00 kr	30
12.11.2021	Fredag	2 247,00 kr	29
13.11.2021	Lördag	2 247,00 kr	28
14.11.2021	Söndag	2 116,00 kr	27
15.11.2021	Måndag	2 047,00 kr	26
16.11.2021	Tisdag	2 047,00 kr	25
17.11.2021	Onsdag	1 916,00 kr	24
18.11.2021	Torsdag	2 116,00 kr	23
19.11.2021	Fredag	1 916,00 kr	22
20.11.2021	Lördag	1 916,00 kr	21
21.11.2021	Söndag	1 916,00 kr	20
22.11.2021	Måndag	1 916,00 kr	19
23.11.2021	Tisdag	1 796,00 kr	18
24.11.2021	Onsdag	1 916,00 kr	17
25.11.2021	Torsdag	1 996,00 kr	16
26.11.2021	Fredag	1 996,00 kr	15
27.11.2021	Lördag	1 996,00 kr	14

28.11.2021	Söndag	1 796,00 kr	13
29.11.2021	Måndag	1 796,00 kr	12
30.11.2021	Tisdag	1 916,00 kr	11
1.12.2021	Onsdag	1 796,00 kr	10
2.12.2021	Torsdag	1 796,00 kr	9
3.12.2021	Fredag	1 796,00 kr	8
4.12.2021	Lördag	1 796,00 kr	7
5.12.2021	Söndag	1 796,00 kr	6
6.12.2021	Måndag	1 796,00 kr	5
7.12.2021	Tisdag	1 796,00 kr	4
8.12.2021	Onsdag	1 796,00 kr	3
9.12.2021	Torsdag	1 796,00 kr	2
10.12.2021	Fredag	1 793,00 kr	1
11.12.2021	Lördag	1 793,00 kr	0

SAS

<u>Observationsdatum</u>	<u>Veckodag</u>	<u>Pris</u>	<u>Antal dagar till avgång</u>
12.10.2021	Tisdag	2 707,00 kr	60
13.10.2021	Onsdag	2 707,00 kr	59
14.10.2021	Torsdag	2 998,00 kr	58
15.10.2021	Fredag	2 298,00 kr	57
16.10.2021	Lördag	2 298,00 kr	56
17.10.2021	Söndag	2 298,00 kr	55
18.10.2021	Måndag	2 881,00 kr	54
19.10.2021	Tisdag	2 880,00 kr	53
20.10.2021	Onsdag	2 998,00 kr	52
21.10.2021	Torsdag	2 998,00 kr	51
22.10.2021	Fredag	2 997,00 kr	50
23.10.2021	Lördag	2 997,00 kr	49
24.10.2021	Söndag	2 997,00 kr	48
25.10.2021	Måndag	2 997,00 kr	47
26.10.2021	Tisdag	2 686,00 kr	46
27.10.2021	Onsdag	2 686,00 kr	45
28.10.2021	Torsdag	2 569,00 kr	44
29.10.2021	Fredag	2 569,00 kr	43
30.10.2021	Lördag	2 569,00 kr	42
31.10.2021	Söndag	2 569,00 kr	41
1.11.2021	Måndag	2 569,00 kr	40
2.11.2021	Tisdag	2 569,00 kr	39
3.11.2021	Onsdag	2 589,00 kr	38
4.11.2021	Torsdag	2 705,00 kr	37
5.11.2021	Fredag	2 706,00 kr	36
6.11.2021	Lördag	2 489,00 kr	35
7.11.2021	Söndag	2 197,00 kr	34

8.11.2021	Måndag	2 297,00 kr	33
9.11.2021	Tisdag	2 589,00 kr	32
10.11.2021	Onsdag	2 589,00 kr	31
11.11.2021	Torsdag	2 589,00 kr	30
12.11.2021	Fredag	2 589,00 kr	29
13.11.2021	Lördag	2 589,00 kr	28
14.11.2021	Söndag	2 297,00 kr	27
15.11.2021	Måndag	2 297,00 kr	26
16.11.2021	Tisdag	2 298,00 kr	25
17.11.2021	Onsdag	2 297,00 kr	24
18.11.2021	Torsdag	2 590,00 kr	23
19.11.2021	Fredag	2 590,00 kr	22
20.11.2021	Lördag	2 590,00 kr	21
21.11.2021	Söndag	2 298,00 kr	20
22.11.2021	Måndag	2 298,00 kr	19
23.11.2021	Tisdag	2 298,00 kr	18
24.11.2021	Onsdag	2 298,00 kr	17
25.11.2021	Torsdag	2 198,00 kr	16
26.11.2021	Fredag	2 199,00 kr	15
27.11.2021	Lördag	2 199,00 kr	14
28.11.2021	Söndag	2 199,00 kr	13
29.11.2021	Måndag	2 199,00 kr	12
30.11.2021	Tisdag	2 301,00 kr	11
1.12.2021	Onsdag	2 300,00 kr	10
2.12.2021	Torsdag	2 300,00 kr	9
3.12.2021	Fredag	2 300,00 kr	8
4.12.2021	Lördag	2 300,00 kr	7
5.12.2021	Söndag	2 592,00 kr	6
6.12.2021	Måndag	2 592,00 kr	5
7.12.2021	Tisdag	2 593,00 kr	4
8.12.2021	Onsdag	2 592,00 kr	3
9.12.2021	Torsdag	2 592,00 kr	2
10.12.2021	Fredag	2 692,00 kr	1
11.12.2021	Lördag	2 592,00 kr	0