

Jon Inge Lian
Avdelingsleder
Transportøkonomisk institutt, Oslo

Økt luftfartskonkurransen?

En situasjonsanalyse 1 - 2 år etter dereguleringen av stamrutenettet i Norge

Sammendrag

1. april 1994 ble det innført konkurranse på innenlandske stamflyruter i Norge. Kapasiteten har økt med ca 50 % på 6 konkurranseruter, mens det på øvrige ruter kun har vært mindre tilpasninger. De to aktørene, SAS og Braathens SAFE, har økt sitt tilbud på ruter der de var svake eller var uten tilbud fra før.

Trafikkveksten ble sterk, men en viss overkapasitet kunne likevel spores på enkelte ruter. Kabinfaktoren gikk ned med 4 prosentpoeng for både SAS og Braathens SAFE. Braathens SAFE synes så langt å ha et par prosent av totalmarkedet fra SAS.

Begge selskap hadde store overskudd i 1994 og 1995. Nominelle priser har gått opp med 3-4 prosent pr år etter dereguleringen. Dette er i tråd med prisøkningene tidligere på 90-tallet.

De siste 15 årene har tendensen gått klart i retning av større prisbevissthet og mer utstrakt rabattering. Etter dereguleringen av innenlands luftfart 1. april 1994 synes tendensen til økt rabattering å ha flatet noe ut. En sterk konjunkturtelt bestemt vekst i forretningsmarkedet har bidratt til dette. I perioden 1992-95 indikerer reisevaneundersøkelser at rabatteringen har økt med 2 - 3 prosentpoeng. Det er særlig Nord-Norge som har nytt godt av denne utviklingen. I Sør-Norge har lite skjedd med rabatteringen til tross for en økning i tilbudt kapasitet. Det er forøvrig i fritidssegmentet at rabatteringen har økt mest.

I dag er det kun to «fornuftige» aktører i det norske stamrutemarkedet. De bruker den nåværende situasjon til konsolidering og nedbetaling av gjeld. Det samme skjer forøvrig over hele Europa. Selv om utenlandske selskap vil slippe til på norsk innenlands trafikk fra 1. april 1997, vil et reelt frislipp først finne sted når det blir ledige «slots» på attraktive tidspunkt når den nye hovedflyplassen åpnes på Gardermoen oktober 1998.

I mellomtiden foregår konkurransen mellom selskapene på tilbudt kapasitet, avtaler med reisebyråer og større bedriftskunder og bonuskort. Snaut 2 av 3 reisende hadde høsten 1995 ett eller flere bonuskort. De som har bonuskort mener at kortet er av betydning for valg av reiserute/selskap.

1 Innledning, bakgrunn

USA deregulerte sin innenlandske luftfart i 1978. Erfaringene var i første omgang svært positive og var sammen med markedsliberalismens gjennombrudd og EU's bestrebelser på å skape et felles marked en bakgrunn for at også EU satte i gang deregulering av luftfarten (Button 1991).

EU kom først skikkelig i gang med deregulering av luftfarten i siste halvdel av 80-åra. Endringsprosessen har gått gradvis ved framlegging av 3 pakker; den første i 1988, den andre i 1990, mens den tredje ble vedtatt i juni 1992. Norge har pga sitt SAS-samarbeid hele tiden vært en del av EU luftfartspolitisk sett. Fra 1993 har EØS-avtalen avløst de separate luftfartspolitiske avtalene Norge hadde med EU.

Den 3. luftfartspolitiske slapp konkurransen fri på internasjonale ruter i avtaleområdet. Dette ble gjort gjeldende for Norge fra 16. august 1993. Når det gjaldt innenlandske ruter, ble disse også i prinsippet sluppet fri, men med mulighet for overgangsordninger fram til 1997. For Norges del ble det innført konkurranse mellom norske selskaper 1. april 1994 på stamrutenettet. Først tre år senere slipper utlendingene til (Samferdselsdepartementet 1993).

Norge har i tillegg et godt utviklet nett for regionale flyruter som er støttet av staten. Widerøes flyveselskap har idag enekonsesjon på disse rutene. Disse rutene er nå lyst ut på anbud etter reglene for «Public Service Obligation» i den 3. luftfartspakken. Anbudet gjelder for 3 år fra 1. april 1997.

TØI har i to omganger vært engasjert til å vurdere konsekvensene av deregulering av luftfarten; først på forhånd før Samferdselsdepartementet tok sin beslutning, deretter i etterhånd for å overvåke hva som faktisk har skjedd i den første perioden etter frislippet (Lian et al 1993 og Lian 1996).

2 Luftfartskonkurranse - teori og praksis

2.1 Teori

Hvilke *fordeler* er det man søker å realisere ved deregulering av luftfarten? Det er i første rekke større effektivitet, lavere priser og bedre markedstilpasset rutenett. I et konkurranseregime kan ikke en operatør opptre som absolutt monopolist uten at markedet blir for attraktivt for potensielle inntrengere.

I korthet baseres frislippet på teorien om «*contestable markets*», konkurranseutsatte markeder, som hevder at trusselen om konkurranse (potensiell konkurranse) er nok til å holde prisene nede og å unngå monopoladferd. Teorien forutsetter at det ikke er stordriftsfordeler og at det heller ikke er barrierer mot å gå inn og ut av markedet. Det har imidlertid blitt relativt klart at både stordriftsfordeler og barrierer eksisterer i flymarkedet.

Stordriftsfordelene ligger særlig på markedssiden. Doganis (1991 s.94-95) hevder at de store selskapene har vunnet fram ikke pga stordriftsfordeler på kostnadssiden, men pga "marketing benefits of scope":

- attraksjonen ved et stort og utstrakt rutenett

- evnen til å dominere en knutepunkt-flyplass
- kontroll med «Computer Reservation Systems» (CRS)
- evne til å utøve prislederskap
- evne til å utvikle merkeloyalitet ved "frequent flyer" rabatter
- evne til konkurranseprising på enkeltruter ved krysssubsidiering innenfor et utstrakt rutenett
- markedsrett ved storskala markedsføring

Barrierene er både finansielle, markedsmessige og fysiske. Europa preges f.eks. av manglende infrastruktur som skaper trengsel i luftrommet og på flyplassiden. Videre kreves relativt store etableringskostnader, særlig til markedsføring, som går tapt dersom man må trekke seg ut igjen. I tillegg preges selskapenes konkurranseadferd av ønsket om å skjerme seg mot konkurranse ved å benytte bonusordninger og incentivavtaler og ellers knytte allianser der det passer. Dessuten er oppkjøp en vanlig taktikk fra de store selskapenes side for å bli kvitt mindre, brysomme konkurrenter.

Når forutsetningene ikke er oppfylt, betyr dette at trusselen om potensiell konkurranse ikke vil gi de ønskede virkninger. *Reell, faktisk konkurranse* må til for å kunne hente ut de positive virkningene av et friere konkurranseregime.

De regulerende myndigheter er selvsagt klar over problemene forbundet med å få konkurransen til å virke etter intensjonene. EU har innført en del konkurranseregulerende regler bl.a. angående:

- muligheter for statsstøtte
- tilgang til flyplass (landingsrettigheter)
- urimelig høye eller lave priser
- CRS og handling

Selv om disse og andre tiltak kan bidra til at konkurransen fungerer bedre, er det likevel forhold ved rutemarkeder som skaper spesielle problemer når konkurranse innføres? I alle fall to forhold kan være av betydning:

1. Tilbudt kapasitet og frekvens er en svært viktig egenskap i rutemarkeder. Dersom et selskap ønsker å ha 2/3 av et marked, vil det også måtte følge opp med tilsvarende andel av tilbudt kapasitet og antall daglige avganger. Det er dessuten trolig terskler mht antall daglige frekvenser som man må overstige før tilbudet oppfattes som godt nok mht valgmuligheter for forretningsreisende (f.eks. ca. 8 frekvenser pr. dag).

Når flyselskaper konkurrerer på tilbudt kapasitet og i hovedsak matcher hverandre på pris, ødelegger de hverandres lønnsomhet for en periode. Lav kabinfaktor og høy rabatteringsandel kan bli resultatet. Produksjonen kan jo ikke lagres og selges senere. Selskapenes evne til å tåle tap over lenger tid, deres kapitalstyrke og ikke deres effektivitet, blir dermed utslagsgivende. Det er dermed ikke gitt at det mest kostnadseffektive selskap vinner fram i konkurransen.

2. Aktører med ledig kapasitet kan prise rutesegmenter etter marginalkostnadene. Hva som oppfattes som marginal aktivitet vil kunne variere over tid og med selskap. Videre vil en inntrenger ønske å fly kort tid før konkurrenten med klumping av avganger som resultat.

I et rutenett vil fullstendig fri konkurranse mao ikke gi noen stabile markedsløsninger. Tilbudssiden vil være ustabil. I mange ruteområder kan det dessuten være for få reelle aktører til at konkurransen vil virke. Det spesielle med et flytilbud er at det må være tilgjengelig *der og da*.

2.2 Erfaringer fra andre land

I USA er det en rik litteratur på hva som har skjedd i flysektoren etter dereguleringen i 1978. Transportation Research Board (1991) gir en grundig gjennomgang av effektene:

- En prisnedgang har funnet sted, særlig i den første perioden. På ruter med minst 3 aktører og hvor en av disse er en lavprisaktør, kan langvarige priseffekter spores.
- Rabattfloraen har økt. Samtidig har lojalitetsprogrammer vokst fram.
- Rutenettet har utviklet seg mot et ek-nav system, men nye nisjer-ruter har vokst fram nedenfra.

I Europa har det så langt skjedd relativt lite. Det er flere grunner til dette:

- Flyselskapene har karakter av nasjonale flaggskip.
- Avstandene er kortere enn i USA og dermed ikke egnet for ek-nav systemer.
- Kapasitetsproblemer på bakken og i lufta.
- Amerikanske erfaringer med konkurser har bidratt til forsiktighet.

Doganis (1994) har oppsummert europeiske flyselskapers strategier som følger:

- søken etter størrelse
- sikre kontroll over hjemmemarked
- få fotfeste i et annet marked
- etablere globalt tilbud via allianse/samarbeid
- kutte kostnader (bemanning, lønn og arbeidsbetingelser)
- etablere lavkost underleverandører
- flytte ut aktiviteter/vedlikehold til lavkostland

Rabattering, bonusprogrammer, deling av flight-koder, økt frekvens er blant de virkemidler som inngår i deres konkurranseaktivitet. Doganis observerer at ingen større konkurrent er kommet inn på markedet. Brysomme konkurrenter er kjøpt av de store selskapene. Tidligere charterselskap som har utviklet seg til ruteselskap, har enten gått konkurs eller fortsatt konsentrert seg om nord-sør markedet. De fleste nye / mindre selskap har konsentrert seg om nisjer. Ved å utvikle tynne ruter, unngår utfordrerne direkte frontal konkurranse og dermed også sterke reaksjoner fra de store.

Doganis framhever høye start- og markedsføringskostnader, kostnader som i hovedsak går tapt når man trekker seg ut, som en viktig grunn. Andre viktige grunner er mangel på tidsluker («slots») og mangel på tilbringertrafikk som er viktig på mange ruter.

Tilbringertrafikken utgjør f.eks. drøyt 60 % på Oslo - København. En aktør uten tilbringertrafikk vil dermed kun konkurrere om ca 35 % av markedet.

Resultatet av den manglende konkurransen så langt har vært økende konsentrasjon. De seks store selskapene har økt sin andel av europeisk trafikk fra 60 til 73 prosent i perioden 1986-92. De fleste ruter er / blir duopoler.

I Sverige som deregulerte 1. juli 1992 gikk også prisene ned kraftig (20-25 %) i den første tiden. Senere har de steget igjen og er tilbake på et «normalt» nivå. Linjeflyg ble kjøpt opp av SAS og flere aktører har hatt problemer (Transwede, Malmø Aviation). SAS er nå relativt alene i markedet, med unntak av noen mindre regionale ruter og «business-flyvningene» inn til Bromma (Stockholm City Airport). Tilbudet og trafikken på de regionale rutene har derimot blitt kraftig redusert (Luftfartsverket 1994). Det fins imidlertid lite informasjon om den reelle prisutviklingen.

3 Norske erfaringer de første to år etter dereguleringen av innenlandsk luftfart

3.1 Utgangssituasjonen

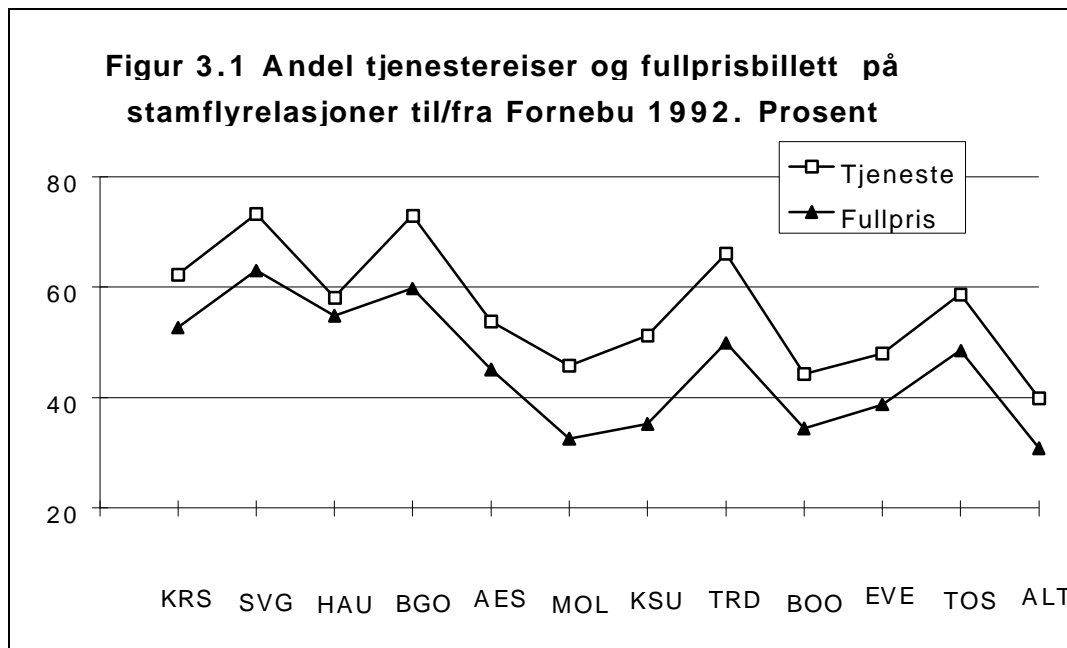
1. april 1994 ble som tidligere nevnt norsk innenlandsk luftfart sluppet fri og TØI fikk som oppgave å overvåke effekten av deregulering på rutetilbud, priser og ressursutnytting.

Utgangspunktet var et regulert marked hvor to «store» selskap, SAS og Braathens SAFE, hadde hver sin omtrent like stor del av stamrutemarkedet. SAS hadde ruter fra Oslo til Bergen og Nord-Norge, mens Braathens SAFE hadde Stavanger, midt-Norge og kystruten. Det var til en viss grad åpnet opp for parallellkonsesjoner på de største rutene i Sør-Norge. Rutene fra Oslo til Stavanger, Bergen og Trondheim har ca 1 mill passasjerer pr år. De fleste øvrige stamrutene ligger rundt 300 000 passasjerer.

Stamrutene drives uten subsidier, men en antakelse om intern krysssubsidiering i selskapene var en begrunnelse for å ha beskyttede konsesjoner. Det er senere sådd tvil om denne antakelsen. Blant annet synes de antatt ulønnsomme ruten til Nord-Norge å være de mest lønnsomme i systemet (Lian et al 1993).

Det er viktig å være klar over at selv om situasjonen var regulert, så var selskapene godt markedstilpasset i utgangspunktet. Rabattstrukturen på den enkelte ruter gjenspeilte markedssammensetningen (se figur 3.1).

Videre var tidspunktet for deregulering gunstig for selskapene. Sterk trafikkvekst i både 1992 og 1993 og etterslep i tilbudt kapasitet med høy kabinfaktor som resultat gav mulighet for å bruke tilbudt kapasitet i utstrakt grad som konkurransefaktor når frislippet fant sted.



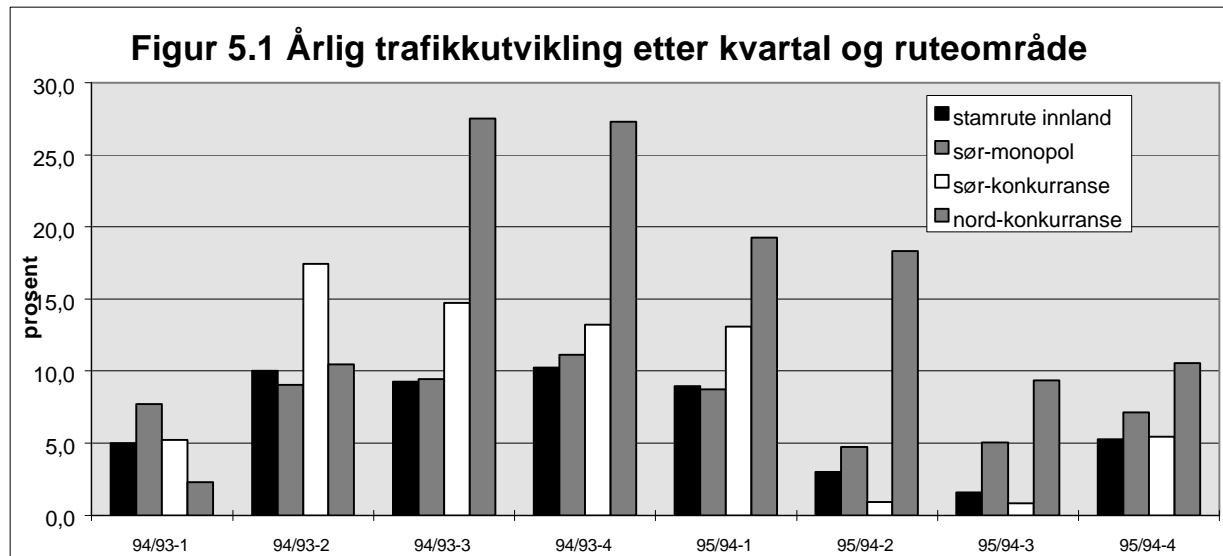
3.2 Trafikk - tilbud og etterspørsel

De to konkurrentene Braathens SAFE og SAS har økt tilbudte setekm innenlands med henholdsvis 30 og 12 prosent fra 1993 til 1995. På konkurranserutene til/fra Oslo har kapasiteten økt med ca 50 prosent. Konkurranserutene er ruter fra Oslo til Stavanger, Bergen, Trondheim, Bodø, Evenes og Tromsø og rutene mellom Bergen og Stavanger og Trondheim - Nord-Norge.

Både SAS og Braathens SAFE ønsket å framstå med et fullverdig tilbud til det meste av landet og valgte dermed å øke sin kapasitet på de rutene de var svake på fra før. SAS økte på Stavanger og Trondheim, mens Braathens SAFE økte på Bergen og Nord-Norge. Utenom konkurranserutene har det i hovedsak vært mindre endringer med unntak av Møre hvor kapasiteten er økt med drøyt 20 prosent.

Trafikkveksten var sterk; 8 prosent både i 1994 og 1995 for Braathens SAFE, mens SAS hadde 10 prosent vekst i 1994 og 2 prosent nedgang i 1995. En del av SAS-veksten innenlands i 1994 skyldes nedlegging av direkte utenlandsruter utenom Oslo som ble rutet om Oslo etter nedleggingen. Arbeidskonflikter bidro til trafikkreduksjon for SAS i 1995. Trafikkveksten var sterkest på konkurranserutene. Særlig Nord-Norge fikk en sterk trafikkvekst, men her var også kabinfaktoren svært høy i utgangspunktet. Figur 5.1 reflekterer hvordan kapasitetsøkningen i Sør-Norge fant sted med en gang etter frislippet (dvs 2. kvartal 1994), mens økningen i Nord-Norge kom et kvartal senere. Figuren viser videre hvordan trafikkveksten til en viss grad kan sies å være tilbudsstimulert.

Kabinfaktoren (passasjerkm dividert på setekm) har gått ned med ca 4 prosentpoeng for begge selskap. Kabinfaktoren er nå snaut 55 prosent for Braathens SAFE og drøyt 60 prosent for SAS. Det er særlig i Nord-Norge og Stavangerruta at kabinfaktoren har gått ned. På Nord-Norge var kabinfaktoren i utgangspunktet svært høy og er nå kommet på linje med de øvrige. På Stavangerruta synes det nå å være overkapasitet.



3.3 Priser og økonomi

Den siste prisøkningen forut for dereguleringen fant sted 1. januar 1994 og var på 1,5 prosent. Etter dereguleringen har det vært prisøkninger 1. januar 1995 og 1. januar 1996. Den årlige økningen i nominelle priser har vært på 3-4 prosent. Flyselskapene har hele tiden holdt de samme prisene. Økningen har vært noe høyere på rutene fra Oslo til Alta og Kirkenes.

1. januar 1995 ble prisene øket med ca 2 prosent på rutene fra Oslo til Kristiansand, Stavanger, Bergen og Trondheim, mens økningen på de øvrige rutene var på 3-4 prosent. På det tidspunkt var ny billettavgift på 65 kr pr enkeltreise på de fire nevnte strekningene kjent for flyselskapene. Når avgiften inkluderes, er prisøkningen på disse rutene noe over gjennomsnittet.

De siste 15 årene har tendensen gått klart i retning av større prisbevissthet og mer utstrakt rabattering. Etter dereguleringen av innenlands luftfart 1. april 1994 synes tendensen til økt rabattering å ha flatet noe ut. I perioden 1992-95 indikerer reisevaneundersøkelser at andelen som benytter rabattbillett har økt med 2 - 3 prosentpoeng. Det er særlig Nord-Norge som har nytt godt av denne utviklingen. Her var kabinfaktoren så høy at en del avvisning, særlig av prisfølsom fritidstrafikk, trolig fant sted før Braathens SAFE kom inn.

Tabell 3.1 Rabattandeler 1992 og 1994/95 etter rutetype. Prosent.

Rutetype	1992	1994/95	Økning
sør-monopol	42	42	0
sør-konkurranse	38	39	1
nord-konkurranse	49	57	8
Totalt	40,5	43	2,5

I Sør-Norge har lite skjedd med rabatteringen til tross for en økning i tilbudt kapasitet. Et konjunkturelt oppsving med tilhørende økt etterspørsel etter forretningsreiser og noe redusert fritidstrafikk som følge av den nye billettavgiften på hovedruter i Sør-Norge fra 1. april 1995 er sannsynlige grunner for dette. Det er forøvrig i fritidssegmentet at rabatteringen har økt mest.

Både SAS og Braathens SAFE har hatt svært gode resultater med store overskudd i 1994 og 1995. Konsolidering og nedbetaling av gjeld er i fokus for begge selskap. Regnskapsdata fra Braathens SAFE viser at inntektene pr passasjerkm (yield) innenlands har gått ned med 6 prosent i perioden 1993-95. Utvidelsen av rutenettet til lange direkteruter til Nord-Norge, med lavere billettpriser pr km og høyere rabatteringsandeler, innebærer imidlertid i seg selv en reduksjon på ca 9 prosent alt annet likt. Dette betyr at yelden, på sammenliknbare flydistanser, har gått opp med ca 3 prosent fra 1993 til 1995. Nominelle prisøkninger har bidratt til økning på 4-5 prosent, mens økt rabattandel har virket i motsatt retning.

3.4 Konkurransforhold

I dag er det kun to «fornuftige» aktører i det norske stamrutemarkedet. De bruker den nåværende situasjon til konsolidering og nedbetaling av gjeld. Det samme skjer forøvrig over hele Europa. Selv om utenlandske selskap formelt vil slippe til på norsk innenlands trafikk fra 1. april 1997, vil et reelt frislipp først finne sted når den nye hovedflyplassen åpnes på Gardermoen oktober 1998. Det er først når det blir ledige «slots» på attraktive tidspunkt at konkurransen kan bli reell. I mellomtiden foregår konkurransen mellom selskapene på tilbudt kapasitet, avtaler med reisebyråer og større bedriftskunder og bonuskort.

Snaut 2 av 3 reisende hadde høsten 1995 ett eller flere bonuskort. Fortsatt er SAS' Eurobonus mest utbredt, men BRA-card haler innpå. Andelen som skaffes seg to bonuskort er økende og snart like høy som andelen som kun har ett kort. Det er naturlig nok de som reiser hyppigst som har bonuskort. Det er særlig andelen med to bonuskort som øker med reisefrekvens.

40 prosent av de som har ett bonuskort mener at kortet er av betydning for valg av reiserute/selskap, mens 28 prosent av reisende med to bonuskort er av samme oppfatning.

Tabell 3.2 Utbredelsen av bonuskort blant innenlands avreisende på Fornebu.

Type bonuskort	Mars 1995	Oktober 1995
Ingen bonuskort	45,5	37
Kun BRACard	11	14
Eurobonus, blå	15,5	14
Eurobonus, gull/sølv	9	9
Eurobonus og BRACard	19	26
I alt	100	100

4 Framtidig utvikling

Når det gjelder konkurransesituasjonen i Europa, er det sannsynlig at selskapene fortsatt vil søke allianser og ellers bruke andre konkurransehindrende tiltak som f.eks. bonusprogrammer. Resultatet vil kunne bli fortsatt konsentrasjon, selv om det fra tid til annen kan dukke opp lavkostselskaper.

Burton og Hanlon (1994) hevder at allianser kan styrke konkurransen på lange ruter med mellomlandinger og alternative rutevalg. Her er det dessuten et større innslag av ikke-europeiske selskap. På kortere direkte flyvninger, som ofte er tilfellet internt i Europa, kan effekten derimot bli den motsatte; nemlig redusert konkurranse. Samarbeidspartnere tilpasser sine rutenett og erkjenner hverandres interessesfærer. I tillegg gir redusert konkurranse på europeiske ruter muligheter til å hente inn tapet ved den harde konkurransen interkontinentalt.

Williams (1993) har diskutert mulige tiltak for å få konkurransen til å virke bedre. Når konkurranse i markedet ikke virker, mener han adekvate virkemidler kan være enten mer aktiv bruk av anti-kartell-lover på internasjonal basis eller innføring av konkurranse om markedet kan være et alternativ. Han heller til en variant av det siste, nemlig franchising av enkeltruter. De mange ubesvarte praktiske spørsmål knyttet til en slik løsning gjør at det er stilt spørsmål om gjennomførbarheten av forslaget (Hanlon 1994b).

Wilsberg (1995) har i et foredrag om den norske situasjonen trukket fram hvor vanskelig det er å differensiere produktet innenlands. Konkurransen går dermed på frekvens (og punktlighet). Kostnadene øker ved konkurranse pga økte salgskostnader (bonusprogram, avtaler med reisebyrå og større bedrifter).

Små, nye flyselskap vil ha lavere kostnader som sitt eneste konkurransefortrinn. Deres mulighet er å utvikle nisjer, ofte i form av effektiv massetransport punkt til punkt. Så langt har ingen av de større selskapene i Skandinavia utfordret SAS som ek-nav selskapet som gir forretningsfolk et fullstendig rutetilbud. Braathens og Maersk har valgt en noe annen profil. Maersk bygger seg opp på Billund og Braathens har konsentrert sin innsats om norsk innlandstrafikk og tynne utenlandsruter. Stillingskrig er dermed den rette betegnelsen på konkurransesituasjonen i. Inntreden på hovedstadstriangelen ville innebære full krig mot SAS noe man ønsker å unngå i det lengste.

Tønder (1995) har fremhevet slots-situasjonen på Fornebu som en viktig grunn til at ingen nye aktører ikke er kommet inn. Når den nye hovedflyplassen åpner på Gardermoen i 1998 oppheves dagens kapasitetsbegrensninger på Fornebu. Dette gir SAS mulighet til å gå inn på nye ruter, men samtidig får andre selskap også muligheter hvor hovedstadstriangelen trolig vil være særlig interessant. Videre hevdet han at ingen ulønnsomme ruter så langt sanert pga ønsket om å bevare markedsposisjon og myndighetenes trussel om en egen avgift for eventuelt å subsidiere de nedlagte rutene.

Selv om konkurransen først kan blomstre opp i Norge når den nye hovedflyplassen åpner, er det på langt når sikkert at en dramatisk utvikling vil finne sted. Pr idag er folks reisehyppighet svært høy, rutenettet er velutviklet og det er god tilgang på rabatterte billetter. Selv om vi akkurat nå er inne i boom mht trafikkutvikling, preges det langsiktige bildet av avtakende trafikkvekst. I visse delmarkeder vil metning kunne inntre og dermed gjøre det mindre attraktivt for nye selskap etablere seg. Ut fra volum- og prisbetraktninger vil utenriksmarkedet kunne være mest interessant for nye aktører.

Referanser:

- Button, K (red) 1991:
Airline deregulation : International experiences. London. David Fulton.
- Burton, J and Hanlon, P 1994: *Airline alliances: cooperating to compete?* Journal of Air Transport Management, Vol 1, s 209-227.
- Doganis, R 1991: *Flying off course.* London. HarperCollins Academic.
- Doganis, R. 1994
The impact of liberalization on European airline strategies and operations. Journal of Air Transport Management, Vol 1, s 15-25.
- Hanlon P. 1994
Book review - Williams 1993: The Airline Industry and the Impact of Deregulation. Journal of Air Transport Management, Vol 1, s 66-68.
- Lian, J I, Nicolaysen, B, Larsen O 1993 *Konsekvenser av økt luftfartskonkurransen.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 191.
- Lian, J I 1996
Økt luftfartskonkurransen? - En situasjonsanalyse 1-2 år etter dereguleringen av stamrutenettet. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 322.
- Luftfartsverket 1994
Inrikesflygets avregulering - tvåårigt perspektiv. P-rapport 2/94. Norrköping.
- Rideng, A. 1993
Reisevaneundersøkelsen på fly 1992. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 186.
- Samferdselsdepartementet. 1993
Om rammevilkåra for luftfartsselskaperens virksomhet. St prp nr 69 (1992-93)
- Transportation Research Board 1991: *Winds of Change. Domestic Air Transport Since deregulation.* Special Report 230. Washington DC.
- Tønder, O. 1995
SAS' konkurransesituasjon ved åpningen av ny hovedflyplass på Gardermoen. Foredrag ved TØI-kurset 8. november.
- Williams, G. 1993
The Airline Industry and the Impact of Deregulation. Ashgate, Aldershot.
- Wilsberg, K. 1995
Dereguleringen av luftfarten sett fra næringens side. Foredrag ved Transportdagene i Molde 18. oktober.