



Analyse av det norske sluttbrukermarkedet for kraft

Kraftleverandører drar fordel av lite prisbevisste strømkunder

Preben Stokkan

Veileder: Steinar Ekern

Masterutredning i Finansiell økonomi

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer inntår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Formålet med masterutredningen har vært å analysere strømvitalene som de norske kraftleverandørene tilbyr private kunder.

Data som analysen er bygget på er hovedsakelig innhentet fra Konkurransetilsynet, Statistisk sentralbyrå (SSB), Norges vassdrags- og energidirektorat (NVE) og kraftleverandørens nettsider.

Dette er et marked der avtalene varierer veldig, både med tanke på pris og avtalevilkår. En gjennomsnittlig strømkunde betaler mye mer for strømmen enn hva den koster på engrosmarkedet. Dette har sammenheng med at en stor andel strømkunder ikke er prisbevisste. Godt over halvparten av norske kunder har avtaler tilknyttet spotprisen. Jeg finner at spotprisavtalene som ikke er med i kraftprisoversikten og som da er uten meldeplikt, generelt sett er mye dyrere enn de med meldeplikt. Disse avtalene er dyrere i form av høyere påslag og veide spotpriser. I dag er under halvparten av alle strømvitaler med i kraftprisoversikten til konkurransetilsynet. Dette gjør det vanskelig for kundene å sammenligne avtalene i sluttbrukermarkedet. Også en stor andel kunder har avtaletypen variabel pris. Denne avtaletypen har historisk sett vært dyrere enn spotprisavtalene og blir brukt til å utnytte passive kunder som aldri har byttet strømvital.

De fleste leverandørene tilbyr flere forskjellige avtaler med stor variasjon i pris. Gjennom prisdiskriminering, avtaler uten meldeplikt og villedende markedsføring klarer leverandørene å dra fordel av lite prisbevisste kunder.

Forord

Denne utredningen er skrevet som en avsluttende del av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole med hovedprofil i finans. Det var gjennom min veileder Steinar Ekern at jeg bestemte meg for å skrive om sluttbrukermarkedet for kraft.

Det er flere som har vært til god hjelp. En stor takk må gis til Runa Andersson som har svart på spørsmål og gitt meg tilgang til informasjon fra NVE. Jeg vil og takke Eva Fosby Livgard og TNS Gallup som har delt informasjon fra flere Energibarometer og gitt meg svar på viktige spørsmål. En takk må også rettest til Hanneke Brouns som har gitt meg informasjon om prisene i Kraftprisoversikten og svart på spørsmål.

Avslutningsvis vil jeg takke min veileder Steinar Ekern for temaforslag, nyttige innspill, og rettleiding underveis i masterutredningen.

Bergen, juni 2014

Preben Stokkan

Innholdsfortegnelse

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | INNLEDNING | 9 |
| 1.1 | TEMA | 9 |
| 1.2 | VIDERE I UTREDNINGEN | 9 |
| 2. | KRAFTMARKEDET..... | 11 |
| 2.1 | ENERGILOVEN AV 1990..... | 11 |
| 2.2 | NORD POOL..... | 11 |
| 2.2.1 | <i>Nord Pool Spot.....</i> | <i>11</i> |
| 2.2.2 | <i>Det finansielle markedet og «clearing»</i> | <i>12</i> |
| 2.3 | SLUTTBRUKERMARKEDET | 12 |
| 2.3.1 | <i>Spotprisavtale.....</i> | <i>13</i> |
| 2.3.2 | <i>Variabel pris.....</i> | <i>13</i> |
| 2.3.3 | <i>Fastpris</i> | <i>13</i> |
| 2.4 | STRØMREGNINGEN | 13 |
| 2.5 | AVTALER I KRAFTPRISOVERSIKTEN..... | 15 |
| 2.5.1 | <i>Meldepliktige spotprisavtaler.....</i> | <i>15</i> |
| 2.5.2 | <i>Meldepliktige avtaler med variabel pris og fastpris.....</i> | <i>16</i> |
| 3. | TEORI..... | 17 |
| 3.1 | «PRICE DISPERSION» | 17 |
| 3.2 | PRISDISKRIMINERING | 18 |
| 3.2.1 | <i>Førstegrads prisdiskriminering.....</i> | <i>19</i> |
| 3.2.2 | <i>Andregrads prisdiskriminering</i> | <i>19</i> |
| 3.2.3 | <i>Tredjegrads prisdiskriminering.....</i> | <i>19</i> |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 4. | DATAINNSAMLING OG METODE..... | 21 |
| 4.1 | BESKRIVELSE AV DATA OG METODE..... | 21 |
| 4.1.1 | <i>Nord Pool.....</i> | <i>21</i> |
| 4.1.2 | <i>SSB.....</i> | <i>22</i> |
| 4.1.3 | <i>NVE.....</i> | <i>23</i> |
| 4.1.4 | <i>Konkurransetilsynet.....</i> | <i>24</i> |
| 4.1.5 | <i>TNS Gallup.....</i> | <i>25</i> |
| 4.1.6 | <i>Nettsidene til leverandørene.....</i> | <i>25</i> |
| 4.1.7 | <i>Årsforbruk av strøm per husholdning.....</i> | <i>26</i> |
| 4.1.8 | <i>Justert innmatingsprofil.....</i> | <i>26</i> |
| 4.1.9 | <i>Merverdiavgift og elsertifikatkostnader.....</i> | <i>28</i> |
| 4.1.10 | <i>Statistiske mål.....</i> | <i>28</i> |
| 4.2 | SVAKHETER MED DATASETTENE..... | 29 |
| 5. | ANALYSE AV SLUTTBRUKERMARKEDET..... | 31 |
| 5.1 | BESKRIVELSE AV SLUTTBRUKERMARKEDET..... | 31 |
| 5.1.1 | <i>Leverandørskifter.....</i> | <i>31</i> |
| 5.1.2 | <i>Lokal markedsrett.....</i> | <i>33</i> |
| 5.1.3 | <i>Byttekostnader.....</i> | <i>36</i> |
| 5.1.4 | <i>Er strømprisen det viktigste?.....</i> | <i>39</i> |
| 5.2 | PRISANALYSE..... | 41 |
| 5.2.1 | <i>Prisvariasjon i sluttbrukermarkedet.....</i> | <i>41</i> |
| 5.2.2 | <i>Hvor mye betaler norske strømkunder over engrosprisen?.....</i> | <i>51</i> |
| 6. | LEVERANDØRER UTNYTTER LITE PRISBEVISSTE KUNDER..... | 54 |
| 6.1 | KRAFTLEVERANDØRER UTFØRER PRISDISKRIMINERING..... | 54 |
| 6.1.1 | <i>Andregrads prisdiskriminering.....</i> | <i>55</i> |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 6.1.2 | <i>Tredjegrads prisdiskriminering</i> | 61 |
| 6.2 | VILLEDENDE MARKEDSFØRING | 63 |
| 6.2.1 | <i>Markedsføring av dyre spotprisavtaler</i> | 64 |
| 6.2.2 | <i>Kampanjer</i> | 65 |
| 6.2.3 | <i>Avtaler med pristak</i> | 69 |
| 6.3 | AVTALER UTEN MELDEPLIKT..... | 71 |
| 6.3.1 | <i>Spotprisavtaler uten meldeplikt</i> | 72 |
| 6.3.2 | <i>Virker kraftprisoversikten mot sin egen hensikt?</i> | 74 |
| 7. | KONKLUSJON | 76 |
| | REFERANSER | 77 |
| 8. | APPENDIKS | 85 |
| 8.1 | BERTRAND-KONKURRANSE | 85 |
| 8.2 | TABELLER | 87 |
| 8.2.1 | <i>Kommentar til tabellene 8.1, 8.2, 8.3 og 8.4</i> | 87 |

1. Innledning

1.1 Tema

Strømpriser har vært et populært tema i media siste årene. Det som ofte blir tatt opp er hvor stor forskjell det er mellom billige og dyre strømvtales, og hvor mye penger norske strømkunder taper på å velge dyre strømvtales. Levering av strøm er et noenlunde homogent produkt. Derfor skulle man tro at prisforskjellene ikke var særlig store.

I min utredning vil jeg analysere sluttbrukermarkedet for kraft. Dette er for å finne ut i hvilken grad leverandørene drar fordel av lite prisbevisste kunder. Noe av oppgaven bygger på tidligere artikler og oppgaver skrevet rundt samme tema, men med et nyere datasett for å gi et oppdatert bilde av sluttbrukermarkedet.

1.2 Videre i utredningen

I kapittel 2 blir det gitt en beskrivelse av sluttbrukermarkedet for kraft.

I kapittel 3 tar jeg opp teori som er ment å gi en forklaring på leverandørens atferd i markedet. Som forklaring for hvorfor leverandørene tilbyr strøm med ulik pris til forskjellige kundegrupper, tas det utgangspunkt i teori om prisdiskriminering. Jeg vil også gjennomgå noe teori rundt «price dispersion» som en mulig forklaring for hvorfor prisene varierer fra leverandør til leverandør. Teori om prisdiskriminering har vært aktuelt i tidligere utredninger om sluttbrukermarkedet for kraft, men ikke «price dispersion».

Kapittel 4 omhandler datasettene og metodene som brukes i analysen. Her blir noen av svakhetene med de forskjellige datasettene diskutert. Samt de forutsetninger som er tatt gjennom oppgaven.

Selve analysen kommer i kapittel 5. Den starter med en beskrivelse av kundenes atferd i sluttbrukermarkedet. Her er leverandørskifter, lokal markedsrett og byttekostnader aktuelt. Videre i kapittel 5.2 kommer prisanalysen. Her har jeg både fokusert på prisforskjellen mellom avtales av samme avtaletype og prisforskjellen mellom avtaletypene. Jeg har også sammenlignet de historiske strømprisene til SSB opp mot prisene i engrosmarkedet.

Kapittel 6 tar for seg virkemidlene leverandørene tar i bruk for å kunne dra fordel av lite prisbevisste kunder. Her blir det gjort en større analyse av prisdiskrimineringen som utføres av leverandørene. Avtaler uten meldeplikt blir diskutert og det blir gitt eksempler på villedende markedsføring som leverandørene bruker for å lokke kunder til relativt dyre avtaler.

Oppgaven avsluttes med konklusjon i kapittel 7.

2. Kraftmarkedet

2.1 Energiloven av 1990

Norge fikk ny energilov i 1990. Denne loven la til rette for konkurranse innen kraftproduksjon og omsetning. Før dette hadde de lokale distribusjonsverkene monopol på kraftleveringen med grunnlag i sine områdekonsesjoner (Regjeringen, 2008-2009). En av årsakene til at energiloven ble opprettet var for å jevne ut elektrisitetskostnadene mellom ulike prisområder og for å redusere diskrimineringen mellom ulike kunder i sluttbrukermarkedet. Ved innføringen av energiloven kunne kundene i større grad velge leverandør av kraft, men det var ikke før i 1997 at gebyrene med å bytte leverandør ble fjernet (Energifakta, 2014).

2.2 Nord Pool

Sverige fikk ny energilov i 1996. Dette åpnet opp for konkurranse også i det svenske markedet, og Nord Pool ASA ble etablert som en norsk–svensk kraftbørs. Dette gjorde Nord Pool til verdens første flernasjonale markedsplass for fysisk krafthandel (Regjeringen, 2004-2005). I dag drives den fysiske krafthandelen av Nord Pool Spot, mens den finansielle derivathandelen av kraftkontrakter drives av NASDAQ OMX Commodities. Nord Pool Spot er Europas ledende kraftmarked med 361 selskaper fra 20 forskjellige land som handler på kraftbørsen (Nord Pool Spot, 2014a). Nord Pool er organisert i tre hoveddeler, et fysisk marked (Elspot og Elbas), et finansielt derivatmarked, og «clearing» (Regjeringen, 2008).

2.2.1 Nord Pool Spot

Nord Pool Spot består av Elspot og Elbas som er to ulike markeder med handel av kraftkontrakter. Elspot er et 24-timers marked der det blir handlet fysiske kraftkontrakter for levering neste døgn. Prisen som betales av norske strømlleverandører vil variere ut i fra hvilket prisområde det kjøpes inn strøm for¹. Norge er delt opp i fem prisområder, og spotprisforskjellene mellom områdene er avhengig av ulike forhold, blant annet

¹ Norge er delt opp i fem prisområder som følge av flaskehalser i nettet. Disse områdene er Sørøst – Norge (NO1), Sørvest-Norge (NO2), Midt-Norge (NO3), Nord-Norge (NO4), Vest-Norge (NO5) (Lundogco, 2010).

overføringskapasiteten av kraft mellom ulike landsdeler («flaskehals» i nettet). I tillegg til områdeprisene har Nord Pool Spot en felles systempris for alle prisområder i Norden. Systemprisen er en beregnet gjennomsnittspris for alle landene i Norden. Spotprisene bestemmes i hovedsak av tilbud og etterspørsel i markedet. Hver dag blir både systemprisen og områdeprisene bestemt for neste dag.

Elbas er et fysisk justèrmarked med timekontrakter som handles kontinuerlig hele døgnet. I dette markedet handles kontraktene inntil en time før levering av kraft starter.

2.2.2 Det finansielle markedet og «clearing»

I det finansielle markedet gjøres det handel av finansielle instrumenter (derivater) med kraftavtaler som underliggende aktivum. Disse derivatene brukes ved prissikring og risikostyring i kraftmarkedet, uten at fysisk leveranse av kraft finner sted.

«Clearing» innebærer at et «clearinghus» trer inn som juridisk motpart i all handel på Nord Pool Spot. Dette minsker risikoen for kreditt- og oppgjørsproblemer mellom aktørene i markedet.

2.3 Sluttbrukermarkedet

Alle som kjøper elektrisk energi til eget bruk er sluttbrukere. Dette kan både være husholdnings- og næringskunder. Små sluttbrukere kjøper vanligvis strømmen gjennom en kraftleverandør og kan fritt velge hvilken leverandør de vil benytte. Andre store aktører som for eksempel Norsk Hydro og Gardemoen Lufthavn vil kjøpe strømmen direkte på engrosmarkedet (Regjeringen, 2008).

Kraftleverandørene tilbyr ulike typer avtaler om pris. De tre vanligste avtaletypene er spotprisavtale, variabel pris og fastpris (Konkurransetilsynet, 2009).

2.3.1 Spotprisavtale

En som har spotprisavtale betaler spotprisen som gjelder i prisområdet til kunden og et påslag². Påslaget vil være i form av et variabelt beløp i øre/KWh som forbrukes og/eller et fastbeløp som betales per måned/år.

2.3.2 Variabel pris

Ved avtaletypen variabel pris setter leverandøren en strømpris på grunnlag av fremtidig spotpris i engrosmarkedet. Så leverandørene må hyppig endre prisene på disse avtalene når spotprisen svinger. Prisen som betales er vanligvis oppgitt i øre/KWh som forbrukes, eventuelt pluss et fastbeløp som betales per måned/år.

2.3.3 Fastpris

Kundene med fastprisavtale betaler et fastbeløp i øre/KWh som forbrukes, eventuelt pluss et fastbeløp per måned/år. Her gjelder strømprisen for en lengre periode uavhengig av hvordan spotprisen utvikler seg. Disse avtalene inngås som oftest over ett eller tre år.

Det tilbys også andre typer avtaler som er ulik de tre standardavtalene som er beskrevet ovenfor. Jeg har valgt å kalle disse «spesialavtaler». De to vanligste «spesialavtalene» er 50/50-avtaler og spotprisavtaler med pristak. 50/50-avtalene kombinerer avtaletypene fastpris og spotprisavtale. Spotprisavtaler med pristak også kalt «Prisgaranti», har en makspris som bestemmer hva som maksimalt skal betales per måned. I det tilfelle at spotprisen øker veldig en enkelt måned, vil kunder med denne avtaletypen betale mindre enn kunder med vanlig spotprisavtale. Gitt at gjennomsnittlig spotpris over en periode er høyere enn pristaket til prisgaranti-avtalen.

2.4 Strømregningen

Strømregningen er satt sammen av strømprisen, nettleien, og avgiftene til staten (Rosvold, 2014)

² Spotprisen kunden betaler er områdeprisen (Nord Pool Spot, 2014c).

Strømprisen betales inn til kraftleverandøren for å kjøpe inn og videreformidle strøm til kunden. Denne prisen er avhengig av hvilken strømvtale kunden har og spotprisen på Nord Pool Spot.

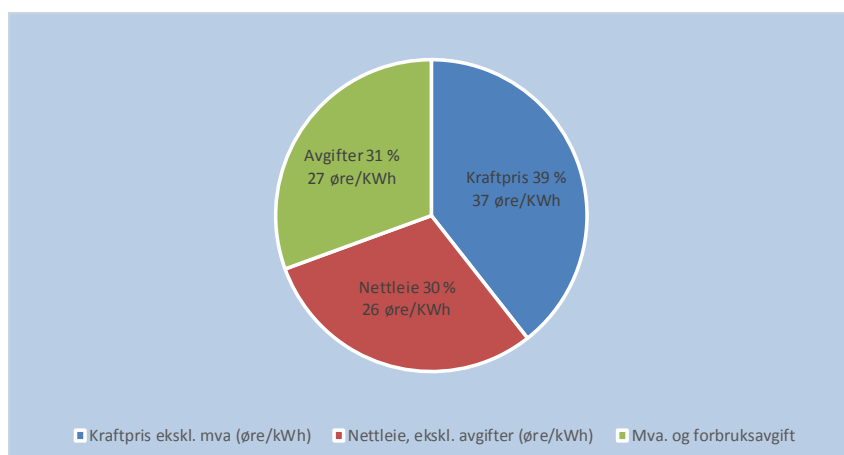
Alle sluttbrukere må betale nettleie som går til det lokale nettselskapet. Nettleien er betaling for å være tilknyttet strømmettet og for transport av strøm til eget forbruk. Nettleien består av en fast pris og en variabel pris som avhenger av forbruket. Inkludert i nettleien er det også en avgift på 1 øre/KWh til energifondet. Nettselskapene har monopol innenfor hvert sitt geografiske område, men står likevel ikke fritt til å ta den prisen de vil. NVE har satt en individuell inntektsramme for nettselskapene som danner grunnlaget for nettleien som betales av forbrukerne (Konkurransetilsynet, 2009).

Avgiftene til staten utgjøres av en forbruksavgift på elektrisk kraft (11,61 øre/KWh i 2013) og 25% merverdiavgift på den totale strømregningen. Unntaket er fylkene Nordland, Troms, og Finnmark som ikke betaler merverdiavgift på strøm. Videre betaler ikke husholdninger i Finnmark og Nord-Troms forbruksavgift (Lundogco, 2013). Fra og med 2012 ble det også innført en avgift til dekke av elsertifikater (1.09 øre/KWh i 2013)³. Dette er en avgift som er innbakt i strømprisen som strømkundene betaler. Elsertifikatkostnaden er pålagt å være med i strømpriser eller påslag som er oppgitt på leverandørens nettsider (NVE, 2014a).

Figur 2.1

Strømpris, nettleie og avgifter for en gjennomsnittlig strømkunde i 2013

Gjennomsnittlig strømpris: 87,88 øre/KWh



Kilde: Statistisk sentralbyrå (2014a)

³ Dette ble kalkulert i NVE's elsertifikatkalkulator (NVE, 2014a).

Figuren viser gjennomsnittlig strømpris for husholdningene i Norge. Kraftprisen som ble betalt inn til kraftleverandøren utgjorde over 1/3 av strømrregningen i 2013.

2.5 Avtaler i kraftprisoversikten

De meldepliktige strømaftalene er med i kraftprisoversikten på konkurransetilsynets nettside (Konkurransetilsynet, 2014a). Blant avtalene med meldeplikt er alle tre avtaletypene variabel pris, fastpris og spotprisavtale, men Forbrukerombudet og Energibedriftenes landsforening har bestemt ulike krav til hver avtaletype for at de skal kunne være meldepliktige. «Spesialavtalene» er utenom meldeplikten og kan ikke være med i kraftprisoversikten. Leverandører som tilbyr avtaler som er kvalifisert til å være meldepliktig, kan selv bestemme om de vil ha med avtalene i kraftprisoversikten. Oversikten er opprettet for forbrukerne for å gjøre det enklere å finne de billigste strømaftalene, og for å gjøre folk bevisste på at det kan lønne seg å bytte leverandør.

For at avtalene innenfor hver avtaletype skal kunne være meldepliktige stilles det krav (Konkurransetilsynet, 2011):

2.5.1 Meldepliktige spotprisavtaler

De meldepliktige spotprisavtalene må være uten bindingstid. Spotprisen som kunden betaler i tillegg til oppgitte påslag, må være et uveid månedlig gjennomsnitt av timesprisene på Nord Pool Spot. Leverandører med forbruksveide spotprisavtaler, veier spotprisen på Nord Pool Spot hver time med gjennomsnittsforbruket av strøm i nettområde eller prisområdet der kunden bor. Denne beregningsmåten gir høyere pris siden strømforbruket generelt sett er høyere de timene når spotprisen er dyrest.

Tabell 2.1 er ment som illustrasjon for å vise hvordan veide spotpriser kan regnes ut. For å forenkle tabellen delte jeg døgnet opp i fire perioder (i praksis settes spotpris og strømforbruk hver eneste time i døgnet). Tabellen viser gjennomsnittet av systemprisen på Nord Pool Spot hver sjette time den 31.01.2013. Tabellen viser også det totale forbruket av strøm hver sjette time i Eidsiva Nett AS sitt strømnnett samme dato.

Siden strømforbruket er større de timene spotprisen er dyrest, blir den forbruksveide gjennomsnittsprisen dyrere enn den uveide. Leverandørene som melder inn spotprisavtaler til Konkurransetilsynet, er pålagt å bruke en spotpris som er et uveid gjennomsnitt av prisene

på kraftbørsen. Ikke en pris som er veid etter timesforbruket til kundene. Det som er negativt med veid spotpris er at ulike leverandører veier spotprisen på forskjellige måter. Dette gjør det vanskelig for kunden å sammenligne spotprisavtalene med veide spotpriser opp mot andre avtaler.

Tabell 2.1

Beregning av veid og uveid spotpris

| Klokkeslett (31.01.2013) | Gj. systempris øre/KWh | Forbruk (KWh) | Forbruk per 6 time / totalt forbruk |
|---|---------------------------|--------------------------------------|--|
| 00-06 | 22 | 1 705 246 | 22 % |
| 06-12 | 25 | 1 894 607 | 24 % |
| 12-18 | 26 | 2 224 473 | 28 % |
| 18-24 | 25 | 2 038 622 | 26 % |
| Uveid Snitt av spot = $(22+25+26+25)/4$ = 24,5 øre | | Totalt forbruk = 7 862 947 KWh | Veid Snitt av spot = $22\%*22+24\%*25+28\%*26$ $+26\%*25 =$ 24,71 øre |

Kilde: Nord Pool Spot (2014c) og Eidsiva Nett AS⁴

2.5.2 Meldepliktige avtaler med variabel pris og fastpris

Det stilles også krav til disse avtaletypene. Meldepliktige avtaler med variabel pris må være uten bindingstid og leverandøren må melde om prisendringer til kunden senest fjorten dager på forhånd. Fastprisavtalene må gjelde over en periode på eksakt ett eller tre år for å kunne være meldepliktig.

⁴ Forbruk av elektrisk energi i Eidsiva Nett AS sitt nettområde ble tilsendt til meg over e-post etter forespørsel (Eidsiva Nett kundeservice, e-post, 4.juni, 2014).

3. Teori

Strømmen vi bruker i husholdningen vil være den samme uavhengig av hvilken kraftleverandør vi har. Dermed kan levering av strøm defineres som et homogent gode. Hvis alle kundene i markedet var velinformerte og aktivt søkende etter billigst mulig strømvtale, ville dette kunne ført til en priskrig mellom leverandørene, noe som ville ha resultert i et svært konkurransedyktig marked. Det kan til og med argumenteres for at alle prisene ville endt lik marginalkostnad som et resultat av Bertrand-konkurrans⁵.

Strømkundene er ikke homogene. Kunder har forskjellige preferanser i forhold til hvilke strømvtaler og leverandører de foretrekker, og noen kunder er langt mer prisbevisste enn andre. Det finnes også søke- og byttekostnader, som kan gjøre et bytte til en marginalt bedre strømvtale, til et dårlig valg.

Dette gjør at leverandører kan tilby ulike avtaler innenfor flere forskjellige avtaletyper, samt sette ulike priser enn andre konkurrenter uten å miste alle kundene sine. Så hvordan priser leverandørene strømvtalene sine for å kunne dra fordel av kunder med ulike preferanser og ulik grad av prisbevissthet? For å gi en mulig forklaring bak prissettingen har jeg tatt i bruk teori om prisdiskriminering og «price dispersion».

Det finnes flere forklaringer på hva det vil si å være prisbevisst. I min oppgave har jeg tatt utgangspunkt i en definisjon fra en oppgave skrevet om prisbevissthet av Lavik (1987, s.7). Det å være prisbevisst vil si at kunden er informert om prisene i markedet og er aktivt søkende etter en bedre strømvtale for å få et best mulig utbytte i forhold til en innsats. Dette vil si at ikke bare prisen, men både transaksjonskostnader og kvalitetsbetraktninger må trekkes inn for at kunden skal kunne gjøre et rasjonelt valg om et eventuelt bytte til en annen strømvtale/leverandør.

3.1 «Price dispersion»

Mange 10-år tilbake ble det forklart av økonomer at identiske goder selges til lik pris, dette blir kalt «law of one price». Forklaringen er at prisbevisste kunder kjøper et homogent gode

⁵ Mer om Bertrand-konkurrans i kapittel 8.1 i appendiks.

for den laveste prisen i markedet. Så den eneste tilbyderen som får solgt noen goder er den med lavest pris. Følgelig vil dette ende med at alle må tilby et gode for samme pris (McAfee 2006, s.274). De siste 10-årene er det gjort en rekke studier, der det har blitt undersøkt i hvor stor grad like produkter selges til samme pris⁶. Så tidlig som i 1980 ble det allerede konstatert av en rekke økonomer at «loven om en pris» ikke er en lov i det hele tatt. De fleste markeder er i stedet karakterisert av en stor grad av «price dispersion» (Varian, 1980). «Price dispersion» kan defineres som prisvariasjon mellom ulike selgere som tilbyr et homogent produkt. Dette er ikke det samme som prisdiskriminering, som er når en enkelt selger tilbyr samme gode med forskjellig pris til ulike kundegrupper. En enkel forklaring for at «price dispersion» blir observert er imperfekt informasjon blant kundene (Hopkins, 2006).

Når kundene er heterogene der noen kunder er prisbevisste og andre ikke er det, vil det være naturlig for leverandørene å bruke forskjellige prisstrategier. Noen leverandører vil sette lave priser for å konkurrere om prisbevisste kunder i markedet, mens andre vil dra fordel av lite prisbevisste kunder og derfor sette høyere priser. Prisvariasjon mellom avtaler og leverandører kan måles etter flere statistiske mål for spredning. Eksempler på statistiske mål som kan brukes er standardavvik, variasjonsbredde, og variasjonskoeffisient.

3.2 Prisdiskriminering

Prisdiskriminering er å tilby samme gode til ulik pris til forskjellige kunder. Der marginalkostnaden mellom kundene ikke vil kunne brukes som forklaring for prisdiskriminering.

I sluttbrukermarkedet for kraft, vil prisdiskriminering være et effektivt virkemiddel for å oppnå økt profitt. Ved å dele opp kundene i ulike grupper, og tilby dyrere strømvavtaler til kunder som har lavere prissensitivitet enn andre, vil kraftaktørene kunne tjene mer enn hvis de tilbyr de samme avtalene til alle kundene sine. Det er identifisert tre former for prisdiskriminering (Church & Ware, 2000).

⁶ I artikkelen «Information, search, and price dispersion» blir det samlet flere modeller som viser at «price dispersion» vil oppstå i en Nach-likevekt der pris er strategisk variabel. I artikkelen vises det også en oversikt over resultater fra tidligere studier som omhandler «price dispersion» (Baye & Morgan, 2005).

3.2.1 Førstegrads prisdiskriminering

Førstegrads prisdiskriminering blir utført når kraftleverandøren kan selge strøm til reservasjonsprisen til alle forbrukerne i markedet. Reservasjonsprisen er den maksimale prisen en enkelt forbruker er villig til å betale. Denne formen for prisdiskriminering kalles perfekt prisdiskriminering. I praksis er perfekt prisdiskriminering sjeldent observert siden det forutsetter at selgeren har full informasjon om reservasjonsprisen til alle forbrukerne.

3.2.2 Andregrads prisdiskriminering

Ved andregrads prisdiskriminering utfører ikke leverandøren direkte diskriminering, men tilbyr heller en meny av ulike avtaler innenfor samme avtaletype. Det som kan skille avtalene er ulike vilkår eller grad av tilgjengelighet. Det at leverandørene tilbyr de forskjellige avtaletypene fastpris, variabel pris og spotprisavtale er også en form for andregrads prisdiskriminering. Ved andregrads prisdiskriminering vet ikke leverandøren hvor mye kundene kan eller er villig til å betale, men satser på at en andel kunder velger de dyre avtalene gjennom selvselektering. Så de drar en fordel av at det er heterogene kunder i markedet, og satser på at andel av de lite prisbevisste kundene velger de dyre avtalene.

Forskjell i vilkår kan både være ulike krav eller garantier som skiller avtalene. Eksempler på krav kan være at det må opprettes e-faktura/e-postfaktura og avtalegiro, at strømregningen må betales forskuddsvis eller etterskuddsvis, krav om bindingstid eller andre ting. Eksempler på garantier kan være 100% fornybar kraft, «Top10-prisgaranti», forskjellige forsikringer og andre garantier. En annen måte å utføre prisdiskriminering, er ved å gjøre de billigste strømvitalene mindre «tilgjengelig» for en andel husholdninger. Eksempler på dette er når en leverandør ikke oppfører en av sine billigste strømvitaler på egen hjemmeside, men i stedet via en mobilapplikasjon eller en Facebook-side. Leverandørene kan også drive hyppig markedsføring av sine dyreste avtaler gjennom nettsidene deres eller andre media for å gjøre det mer sannsynlig at lite prisbevisste kunder velger disse foran de billigste avtalene.

3.2.3 Tredjegrads prisdiskriminering

Ved tredjegrads prisdiskriminering eller også kalt markedssegmentering, deler leverandøren opp kundene i forskjellige grupper basert på ulike kategorier (Pihl & Vikøren, 2013). Disse kategoriene kan være bosted, alder, student osv. Dette er den formen for prisdiskriminering som vanligvis blir observert i andre markeder. Leverandøren vil ta ulik pris til forskjellige

kundegrupper fordi gruppene ikke har samme prissensitivitet. En leverandør vil kunne tilby dyrere strømvtales til kundegruppene med lav prissensitivitet.

4. Datainnsamling og metode

I dette kapittelet blir det gitt beskrivelse og kommentar til datasettene som er grunnlaget for analysen. Avslutningsvis i kapittelet vil jeg diskutere potensielle svakheter ved dataene som er brukt som kan påvirke resultatene og analysen videre.

4.1 Beskrivelse av data og metode

Data som er brukt i analysen er hovedsakelig innhentet fra Nord Pool, SSB, NVE, Konkurransetilsynet, TNS Gallup og leverandørenes nettsider.

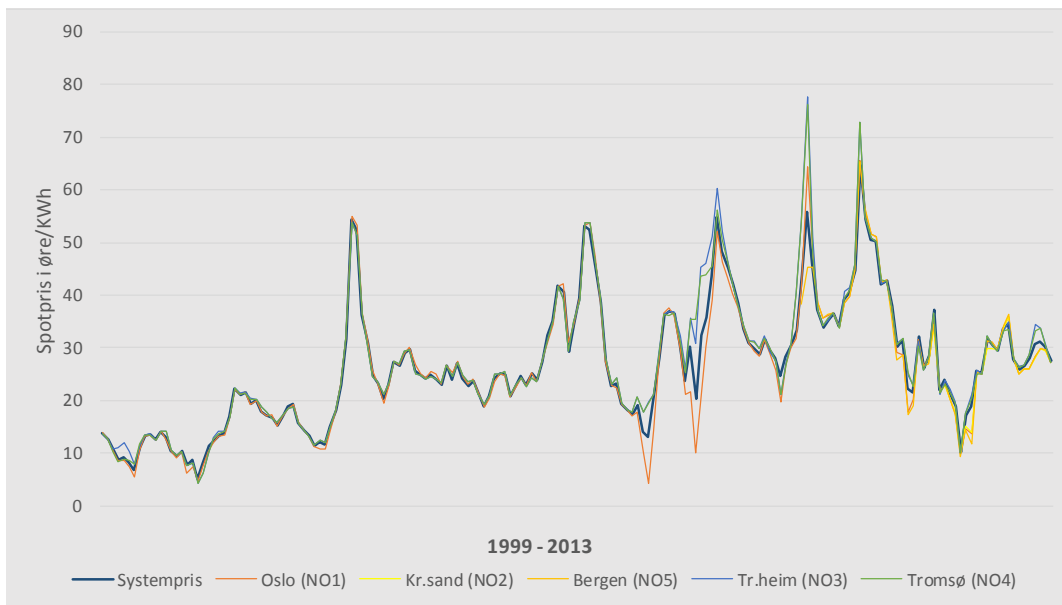
4.1.1 Nord Pool

I den historiske databasen til Nord Pool Spot har man tilgang til månedlige systempriser og områdepriser i kraftmarkedet fra 1996 til 2013 (Nord Pool Spot, 2014b). Det er og tilgjengelig data over spotpriser for hele 2014 (Nord Pool Spot, 2014c). Prisene på Nord Pool Spot justeres hver time etter tilbud og etterspørsel. De månedlige spotprisene er et uveid gjennomsnitt av timesprisene på Nord Pool Spot. Disse vil kunne brukes som grunnlag for engrosprisen i analysen. Data fra Nord Pool Spot er nyttig i den forstand at man kan sammenligne engrosprisene opp mot gjennomsnittlige strømpriser fra SSB. Dette vil gi et godt bilde på hvor mye leverandørene betaler for strømmen i forhold til forbrukerne.

Det er prisforskjeller mellom områdeprisene og systemprisen. Gjennom oppgaven må jeg bruke en engrospris som er mest mulig representativ for hva en leverandør betaler for strømmen, i gjennomsnitt per kunde. Det er mulig å bruke et gjennomsnitt av alle fem områdeprisene, men spotprisene i Midt-Norge og Nord-Norge er generelt sett litt høyere enn i de andre prisområdene. Dette er også de prisområdene med minst kunder. Slik at et gjennomsnitt av områdeprisene vil sannsynligvis bli for stort. Derfor bestemte jeg meg for å bruke systemprisen på Nord Pool Spot⁷. Dette er gjennomsnittlig strømpris i Norden.

⁷ Sunde (2011) brukte også systemprisen som engrospris.

Figur 4.1
Spotpriser på Nord Pool Spot fra 1999 - 2013



Kilde: Nord Pool Spot

Figuren viser utviklingen til spotprisene på Nord Pool Spot. Man kan se at systemprisen er sjeldent den laveste eller høyere prisen og ligger som oftest midt blant områdeprisene. Den gjennomsnittlige systemprisen fra 1999-2013 er også litt lavere enn gjennomsnittlig områdepris for samme periode.

4.1.2 SSB

På SSB's nettside er det mye tilgjengelig statistikk for sluttbrukermarkedet fra 1.kvartal i 1998 frem til 1.kvartal i 2014 (SSB, 2014c). Det er data som viser husholdningsfordeling per avtaletype og gjennomsnittlige strømpriser for kunder i Norge. Kraftprisstatistikken på SBB er basert på et utvalg, og viser et tverrsnitt av kraftprisene i sluttbrukermarkedet. Utvalget SSB bruker for det private sluttbrukermarkedet består av 45 selskap som mottar skjema per kvartal. SSB har på best mulig måte prøvd å få med ulike geografiske områder og ulike kundegrupper i utvalget sitt. Dekningsgraden for sluttbrukermarkedet er rundt 60% (SSB, 2014b).

De historiske strømprisene på SSB er svært nyttig siden de kan sammenlignes med engrosprisene. Når gjennomsnittlig strømpris per kunde ligger på et langt høyere nivå enn prisene i engrosmarkedet, vil dette være en god indikasjon på at markedet ikke er spesielt

konkurransedyktig. Det er og statistikk som viser gjennomsnittlig strømpris per avtaletype. Denne statistikken kan brukes til å sammenligne avtaletypene opp mot hverandre (SSB, 2014d).

De gjennomsnittlige strømprisene som SSB mottar fra leverandørene per kvartal er innhentet på ulike måter før 2012 i forhold til i årene 2012-2013. Fra 1998 til 2011 mottok SSB gjennomsnittlige priser en gang per kvartal midt i kvartalet, så disse prisene vil egentlig vise hva kundene betalte i månedene februar, mai, august, og november. I motsetning er prisene fra 2012-2013 basert på gjennomsnittlige priser for hele kvartalet⁸.

Så når jeg har sammenlignet prisene fra SSB opp mot systemprisen på Nord Pool Spot, har jeg brukt systemprisene i februar, mai, august og november fra hvert år frem til 2012. For 2012 og 2013 bruker jeg et gjennomsnitt av månedsprisene på Nord Pool per kvartal for å finne kvartalsvis engrospriser. Siden jeg vekter systemprisene og strømprisene med en justert innmatingsprofil per kvartal må jeg bruke prisene på SSB som blir oppgitt per kvartal og ikke de årlige⁹.

4.1.3 NVE

På NVE's nettside er det leverandørskifteundersøkelser for hvert kvartal fra 2006 til 2014 (NVE, 2014b)¹⁰. Det er mye interessant data som er tilgjengelig via disse undersøkelsene. Det blir rapportert hvor mange leverandørskifter det er per kvartal i Norge¹¹, tall på antall husholdninger som mottar strøm på leveringsplikt og markedsandelen til den dominerende leverandøren i hvert nettområde. Undersøkelsene er basert på data som er innhentet fra de største nettselskapene i Norge. Norge består av 144 nettselskap som transporterer strøm i hvert sitt strømnett¹². I siste kvartalsrapport i 2013 var 44 av de største nettselskapene med i

⁸ Dette er informasjon jeg fikk over telefon fra rådgiver i SSB (Aanensen, Thomas, telefon, 9.juni, 2014)

⁹ Se kapittel 4.1.8 om Justert innmatingsprofil.

¹⁰ Jeg har og fått tilsendt leverandørskifteundersøkelser over e-post fra førstekonsulent i NVE, som også dekker perioden mellom 2002 og 2006 (Andersson, Runa, e-post, 4.juni, 2014).

¹¹ Antall leverandørskifter per kvartal er ikke det samme som antall forbrukere som har byttet leverandør. Hvis en kunde bytter leverandør for så å bytte tilbake til sin gamle leverandør i samme kvartal, teller dette som to leverandørskifter (NVE, 2014c).

¹² Liste over nettskaper i Norge ble tilsendt meg av NVE etter forespørsel over e-post (Andersson, Runa, e-post, 7.april,2014).

undersøkelsen. Disse nettselskapene omfatter rundt 90% av alle husholdninger i Norge (NVE, 2014c)¹³. Rundt 100 nettselskap er ikke med i undersøkelsene til NVE, men mange av disse har kun en håndfull nettkunder (f.eks. industriområder med eget nett).

Undersøkelsene viser hovedsakelig hvor aktiv strømkundene er i sluttbrukermarkedet¹⁴. I et strømmarked der kundene er prisbevisste og aktive vil det være et stort antall leverandørskifter, den dominerende leverandøren i hvert nettområde vil ha en mindre markedsandel, og færre kunder vil motta strøm på leveringsplikt.

4.1.4 Konkurransetilsynet

I kraftprisoversikten på Konkurransetilsynets nettside har man tilgang til priser og betingelser for alle meldepliktige avtaler fra uke 25 i 2010 frem til nåtid (Konkurransetilsynet, 2014a). Det er også mulig å få tilgang til eldre rådata gjennom Konkurransetilsynets FTP-server, som viser priser fra kraftprisoversikten fra 1999 frem til uke 25 i 2010 (Konkurransetilsynet, 2014c).

Den eldre rådataen er ikke «direkte sammenlignbar»¹⁵ med de nyeste prisene, så jeg har valgt å fokusere mer på avtalene fra 2011-2014 foran de eldre, som er analysert i andre utredninger noen år tilbake¹⁶. Jeg har også i større grad fokusert på de landsdekkende avtalene foran de regionale¹⁷.

På nettsidene til leverandørene vises generelt sett bare nåværende priser, ikke historiske. Derfor er Konkurransetilsynets kraftprisoversikt nyttig for å kunne se hvilken prisutvikling de meldepliktige avtalene har hatt. Spesielt for avtalene med standard variabel pris er det

¹³ Siden nettselskapene ikke dekker 10% av kundene i Norge er tallene i undersøkelsene skalert opp i henhold til totalt antall husholdninger i Norge (NVE, 2014c).

¹⁴ Med en aktiv kunde menes det en kunde som aktivt utfører avtalebytter. I kontrast er en passiv strømkunde en som sjeldent eller aldri utfører avtalebytter.

¹⁵ Etter forespørsel over e-post fikk jeg informasjon fra konkurransetilsynet om prisene i oversikten før uke 25 i 2010. Det ble gjort noen endringer gjeldende fra og med uke 25 i 2010 som gjør at prisene ikke er direkte sammenlignbare. Den historiske data til uke 25 i 2010 for standard variabel pris og spotpris viser ukens sluttpriser, mens den nyere dataen viser gjennomsnittspriser (Brouns, Hanneke, e-post, 2.april, 2014).

¹⁶ Se Fløtre (2005), Von der Fehr & Hansen (2009), og Sunde (2011).

¹⁷ Jeg har valgt å kalle avtalene som gjelder i 400 eller flere kommuner landsdekkende. Alle andre avtaler er regionale. Det er 428 kommuner totalt i Norge.

tilgjengelig et verktøy som kan brukes til å sammenligne årlige strømpriser per avtale¹⁸. Videre kan man sammenligne avtaler tilbudt av samme leverandør over tid for å se om leverandørene har utført prisdiskriminering.

4.1.5 TNS Gallup

TNS Gallup har kvartalsvis undersøkelser kalt «Energibarometeret», med mål å kartlegge strømkundenes holdning og atferd ovenfor forskjellige kraftspørsmål (TNS Gallup, 2014)¹⁹. Disse spørsmålene omhandler om kundene foretrekker den lokale leverandøren, hvilken leverandør de foretrekker, kriterier (f.eks. pris) de synes er viktigst når de velger leverandør, og andre spørsmål. Energibarometeret for 1.kvartal i 2014 ble gjort over telefon der det var 1000 respondenter. TNS Gallup skriver i undersøkelsen sin at feilmarginene per spørsmål ligger på +/- 3% i de spørsmålene der hele utvalget er med. Energibarometeret vil kunne gi en indikasjon på hvor prisbevisste og rasjonelle kundene er.

4.1.6 Nettsidene til leverandørene

På nettsidene til leverandørene finner man oversikt over alle strømvitalene som blir tilbudt²⁰. I motsetning til i kraftprisoversikten finner man priser på avtaler som også er uten meldeplikt. Her oppgis også vilkår og betingelser som er knyttet til hver avtale. Jeg har notert ned prisene på alle spotprisavtaler og avtaler med variabel pris i starten av juni i 2014²¹. Disse prisene vil brukes til å måle prisvariasjonen mellom ulike avtaler i sluttbrukermarkedet. Prisene har jeg også brukt til å se i hvilken grad leverandørene utfører prisdiskrimineringen.

Det er interessant å analysere nettsidene til leverandørene for å se hvordan de velger å markedsføre avtalene sine. I det tilfelle at prisforskjellene mellom avtalene til samme leverandør er veldig store kan man se om leverandøren bruker spesifikke virkemidler for å gjøre de dyre avtalene mer attraktiv.

¹⁸ Verktøyet «Sammenlign priser historisk» er tilgjengelig i kraftprisoversikten, men kan bare brukes for å sammenligne avtaler med standard variabel pris (Konkurransetilsynet, 2014a).

¹⁹ «Energibarometeret» for enkelte kvartaler er tilsendt meg av TNS Gallup etter forespørsel over e-post.

²⁰ Med unntak av et par strømvitaler som er «skjult» fra leverandørenes nettsider. Se kapittel 6.2 om villende markedsføring. Jeg har notert ned nettsidene til alle leverandørene i sluttbrukermarkedet i Tabell 8.1 i appendiks.

²¹ Se tabell 8.2 og 8.3 i appendiks.

4.1.7 Årsforbruk av strøm per husholdning

Gjennom oppgaven har jeg tatt utgangspunkt i et strømforbruk per husholdning på 20000 KWh i året. Det står oppført på Konkurransetilsynets sider at en tommelfingerregel kan være at et normalt hus/stor leilighet har et årsforbruk på cirka 20000 KWh (Konkurransetilsynet, 2010a). Ellers er det 20000 KWh som generelt sett brukes som standardforbruk i media, andre utredninger og rapporter om sluttbrukermarkedet for kraft. For å kunne sammenligne resultatene fra mine analyser med resultater fra andre utredninger er det også enklere hvis jeg bruker samme årsforbruk²². Jeg kunne potensielt brukt 16000 KWh som var gjennomsnittlig elektrisitetsforbruk per husholdning i 2009 (SSB, 2011).

Påslagene og strømprisene som blir oppgitt i oppgaven

Prisene på de fleste avtalene innenfor alle avtaletypene blir oppgitt i en pris som betales per KWh som forbrukes og en fastpris som betales per måned/år. For å gjøre avtalene enklere å sammenligne har jeg på samme måte som Konkurransetilsynet inkludert fastprisene i alle strømpriser og påslag gjennom oppgaven. Nesten alle fastpriser betales per måned. Hvis man forutsetter at alle kundene har et årsforbruk på 20000 KWh kan man enkelt gjøre om fastprisene til strømpris/påslag oppgitt i øre/KWh. For eksempel vil et fastbeløp på 50 kroner i måneden være det samme som en strømpris/påslag på 3 øre/KWh²³.

4.1.8 Justert innmatingsprofil

Den justerte innmatingsprofilen viser hvordan strømforbruket er fordelt utover året. Strømforbruk per kunde varierer fra måned til måned. For eksempel er det vanlig at kunder bruker mer strøm om vinteren enn om sommeren på grunn av oppvarming. Kunden vil få en høyere strømrregning når strømforbruket er størst. Siden noen avtalepriser forandrer seg flere ganger i løpet av et år er det viktig å bruke en innmatingsprofil når avtalene skal sammenlignes etter årlig strømpris i kroner. Det kan være tilfeller der en avtale er billigere om sommeren når strømforbruket er lavest, men dyr om vinteren. Hvis ikke en innmatingsprofil brukes for å regne ut årlig strømpris, vil denne avtale kunne virke billigere

²² Både Fløtre (2005), Von Der Fehr & Hansen (2009), Sunde (2011), og Pöyry (2011) tar utgangspunkt i et årsforbruk på 20000 KWh per kunde.

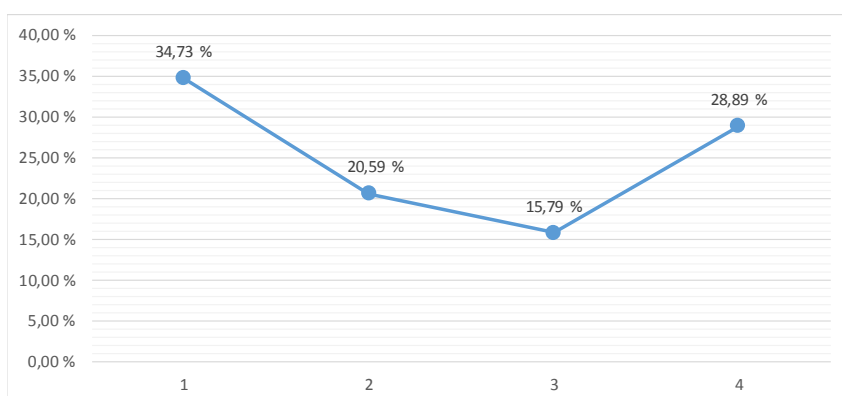
²³ Årlig utgift i øre/KWh for et fastbeløp på 50 kroner i måneden: $50 \text{ kroner} * \frac{12 \text{ måneder}}{20000 \text{ KWh}} = 0,03 \text{ kroner} = 3 \text{ øre}$

enn det den egentlig er for kunden. Ofte vil engrosprisene også være dyrere om vinteren på grunn av høyere etterspørsel i spotmarkedet. Så for å regne ut årlig gjennomsnittlig engrospris per kunde, må den månedlige systemprisen vektes etter justert innmatingsprofil.

Konkurransetilsynet bruker to innmatingsprofiler i sammenligningsverktøyet «sammenlign priser historisk» som er tilgjengelig på nettsiden deres (Konkurransetilsynet, 2014a). I dette verktøyet kan innmatingsprofilen «Normalforbruk» brukes, som vekter avtaleprisene etter forbruk hver uke i løpet av året. Denne innmatingsprofilen har jeg fått tilsendt på e-post av Konkurransetilsynet²⁴. Innmatingsprofilen er basert på tall fra flere forskjellige nettselskap i Norge og er ifølge Konkurransetilsynet representativ i forhold til det faktiske forbruket per uke²⁵. De historiske strømprisene i databasen til Statistisk sentralbyrå er oppgitt hvert kvartal, så følgelig må det brukes en kvartalsvis innmatingsprofil for å veie disse strømprisene. Så jeg har konvertert den ukentlige innmatingsprofilen til en kvartalsvis.

Figur 4.2

Justert innmatingsprofil etter kvartal



Kilde: Konkurransetilsynet

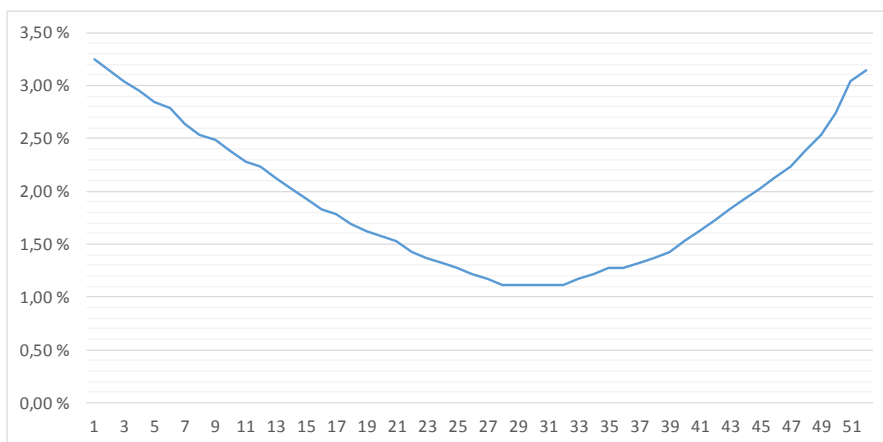
²⁴ Jeg fikk tilsendt Excel-fil med innmatingsprofilen «Normalforbruk» etter forespørsel over e-post (Brouns, Hanneke, e-post, 3.juni, 2014).

²⁵ Konkurransetilsynet ga meg informasjon om innmatingsprofilene de bruker over telefon (Brouns, Hanneke, telefon, 3.juni, 2014).

Figur 4.3

Konkurransetilsynets innmatingsprofil «Normalforbruk»

Justert innmatingsprofil etter uke



Kilde: Konkurransetilsynet

Innmatingsprofilen «Normalforbruk» vekter strømprisene hver uke i «sammenlign priser «historisk». Det er denne innmatingsprofilen jeg bruker til å sammenligne avtaler med variabel pris gjennom oppgaven.

4.1.9 Merverdiavgift og elsertifikatkostnader

Merverdiavgift og elsertifikatkostnader er inkludert i alle strømpriser og påslag gjennom oppgaven. Som nevnt tidligere betaler ikke kunder i Nord-Norge merverdiavgift og kunder i Finnmark elsertifikatkostnader, men siden over 90% av Norges befolkning bor steder utenom Nord-Norge har jeg valgt å inkludere merverdiavgift og elsertifikatkostnader i alle strømpriser og påslag²⁶. Dette er for gi et mer representativt bilde over prisene i sluttbrukermarkedet. Som oftest er også merverdiavgift inkludert i alle oppgitte priser på nettsidene til leverandørene.

4.1.10 Statistiske mål

Jeg bruker bare et par statistiske mål gjennom oppgaven. Som sentralitetsmål brukes aritmetisk gjennomsnitt. Som mål for spredning i pris mellom ulike strømvtales og avtaletyper brukes det variasjonsbredde og standardavvik. Variasjonsbredden er differansen

²⁶ I 2012 bodde 9,4% av Norges befolkning i Nord-Norge (Thorsnæs, 2014).

mellom største og minste observerte verdi. Standardavviket viser hvor nært verdiene i et datasett ligger gjennomsnittet.

4.2 Svakheter med datasettene

Jeg har valgt å bruke systemprisen som engrospris i sluttbrukermarkedet i stedet for områdeprisene. Områdeprisene er de som faktisk betales av kundene og ingen av områdeprisene er lik systemprisen. Dette gjør at systemprisen vil avvike litt i forhold til gjennomsnittlig engrospris per kunde.

Statistikken fra SSB er basert på et tverrsnitt av sluttbrukermarkedet. Statistisk sentralbyrå bruker et utvalg som er ment å være representativt for hele husholdningen, men det faktum at en stor andel leverandører ikke er med i utvalget kan ha en negativ effekt på statistikken. Prisvariasjonen mellom ulike leverandører er stor, så hvis en stor andel av de billigste eller dyreste leverandørene ikke er med i utvalget, vil ikke statistikken til SSB være representativt for de faktiske strømprisene i markedet.

Også statistikken til NVE er basert på et utvalg. Her er så mye som 90% av husholdningene dekket, så det burde ikke være veldig store avvik fra tallene som rapporteres av NVE i forhold til virkelige tall. Fortsatt mener NVE at utvalget ikke trenger å være statistisk representativt (NVE, 2014c). Tallene til NVE er basert på tall fra 44 av de største nettområdene²⁷. Hvis kunder i mindre nettområder oppfører seg veldig annerledes relativt til kunder i store nettområder kan estimatene i leverandørskifteundersøkelsene være unøyaktige.

Prisene fra kraftprisoversikten kan bare brukes til å sammenligne meldepliktige avtaler. Dette er en liten andel av antall avtaler i sluttbrukermarkedet²⁸. I en rapport av Pöyry (2011) ble det fastsatt at rundt 60% av husholdningene var på avtaler som ikke var med i kraftprisoversikten i 2010. Hvor mange husholdninger som er på meldepliktige avtaler i dag har jeg ikke tilgjengelig data som viser, men siden bare 40% av kundene var på meldepliktige avtaler i 2010, kan det forutsettes at denne prosentandelen ikke har økt til mer

²⁷ Hvis man går lengre tilbake i tid er færre nettområder med i leverandørskifteundersøkelsene, så de nyeste undersøkelsene er mer representativ enn de gamle (NVE, 2014b).

²⁸ 48% av alle tilbudte avtaler per 27.05.2014 var meldepliktige (Se tabell 8.2 i appendiks).

enn 50% i 2014. Så prisene i kraftprisoversikten sier ikke spesielt mye om hvor konkurransedyktig hele markedet er.

5. Analyse av sluttbrukermarkedet

Analysen består av to hoveddeler. Første delen blir presentert for å gi en beskrivelse av kundenes aktivitet og oppførsel i sluttbrukermarkedet. Byttekostnader blir diskutert som en mulig årsak til at ikke flere kunder bytter leverandør. Videre i del to blir det gjort en analyse av prisene i sluttbrukermarkedet. Her ses det hovedsakelig på prisvariasjonen mellom ulike avtaler. Det er også aktuelt å finne ut hvor mye norske strømkunder betaler i forhold til prisene i engrosmarkedet.

5.1 Beskrivelse av sluttbrukermarkedet

Et konkurransedyktig marked vil ofte være kjennetegnet av å ha prisbevisste kunder. Strømprisene varierer veldig. Derfor vil gevinsten være stor for enkelte kunder som bytter til billigere avtaler. Dette delkapittelet viser hvor aktive de norske strømkundene er. Det legges vekt på leverandørskifter, lokal markedsrett og byttekostnader.

5.1.1 Leverandørskifter

I 1997 ble gebyrene med å bytte leverandør fjernet (Energifakta, 2014). Så etter 1997 kan det tenkes at leverandørbytter ble mer vanlig. Ved å se på antall leverandørskifter per år, vil man muligens se utviklingen i andel aktive og prisbevisste kunder i markedet. I henhold til økonomisk teori vil et konkurransedyktig kraftmarked med prisbevisste kunder, resultere i konkurransedyktige priser der leverandørens marginer er lave (NVE, 2014c).

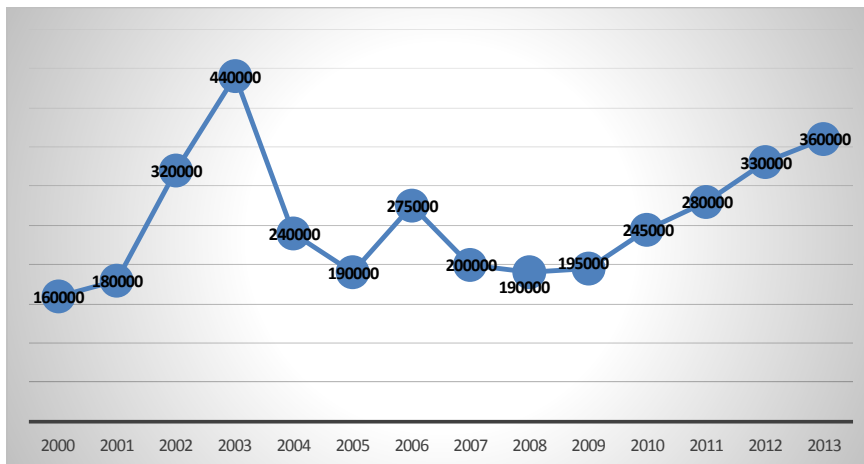
Figur 5.1 viser antall leverandørskifter per år. Først i årene 2002-2003 ble det gjort svært mange leverandørskifter. Dette kan ha sammenheng med svært høye kraftpriser disse årene (Europower, 2003). Ellers ser man at antall leverandørskifter har gradvis steget fra 190000 leverandørskifter i 2008 til 360000 i 2013. Dette kan være et resultat av at flere strømkunder begynner å bli mer prisbevisste. Fortsatt utgjorde fjorårets antall leverandørskifter bare en liten andel i forhold til antall husholdninger i Norge²⁹. Til tross for et økende antall leverandørskifter de siste årene har ifølge TNS Gallup bare rundt 50% av landets

²⁹ Det var 1. januar i 2013, 2 259 000 husholdninger i Norge (SSB, 2013). Energibarometeret til TNS Gallup viser at 12% av landets strømkunder har byttet leverandør de siste 12 månedene (TNS Gallup, 2014).

strømkunder aktivt byttet leverandør siden de ble en del av sluttbrukermarkedet³⁰. Dette er et svært lavt tall og en indikasjon på at en stor andel kunder i sluttbrukermarkedet ikke er aktive og prisbevisste.

Figur 5.1

Antall leverandørskifter per år



Kilde: NVE

Bytter kundene til billigere avtaler?

Ikke alle kunder som utfører et leverandørskifte bytter til en forventet billigere avtale. Noen kunder bytter strømvtale på grunn av flytting, og ikke for å oppnå billigere strøm. Det vil også være en andel kunder som er offer for villedende markedsføring av leverandørene³¹. Dette er kunder som tror de bytter til en billigere konkurransedyktig avtale, men som ender opp med en dyrere avtale enn før. Så en økning i antall leverandørskifter må ikke bety at markedet er blitt mer konkurransedyktig.

Figur 5.2 viser kundefordeling per avtaletype fra 1998-2013. Frem til 2010 var variabel pris den mest brukte avtaletypen. Historisk sett er det denne avtaletypen eldre kunder har hvis de aldri har byttet leverandør eller avtale (Ericson, Halvorsen, & Hansen 2009 s.18)³². Andelen av kunder med spotprisavtale har steget jevnt siden 1998, opp mot nesten 70% i 2013. Dette

³⁰ Informasjon gitt over e-post av avdelingsleder i TNS Gallup (Livgard, Eva, F., e-post, 11.juni, 2014).

³¹ Se kapittel 6.2 om villende markedsføring.

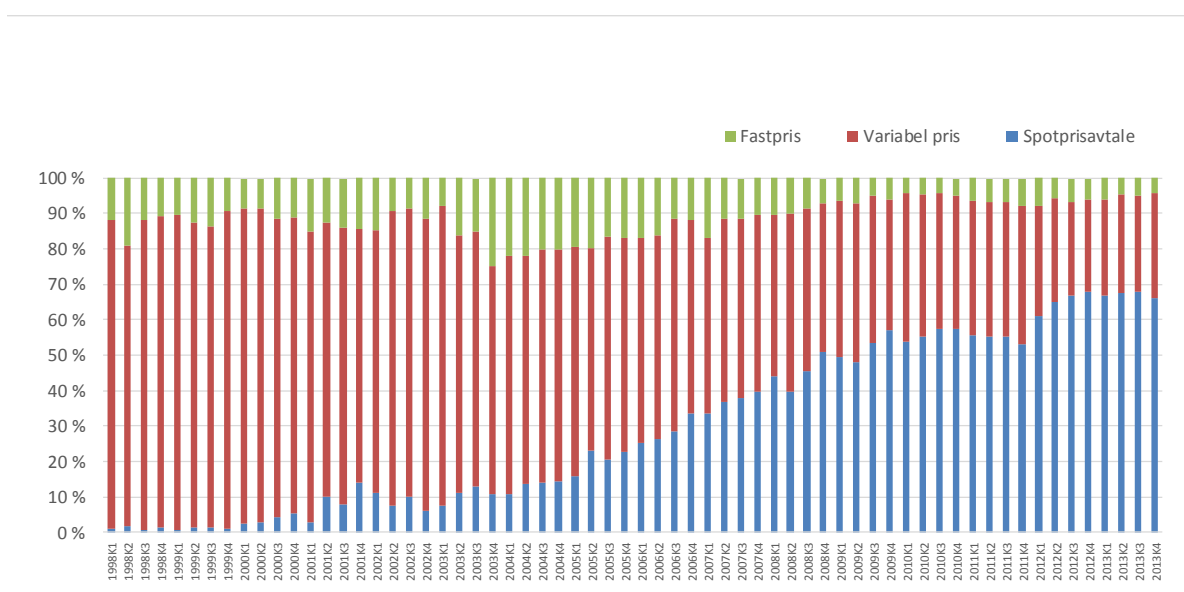
³² Med eldre kunder, menes det kunder som har deltatt i sluttbrukermarkedet siden tidlig på 2000-tallet.

viser at de som bytter avtaletype, samt nye kunder i sluttbrukermarkedet, som oftest ender opp med spotprisavtale. Dette kan være et resultat av at spotprisavtalene er de som generelt sett blir anbefalt av media og som flere leverandører skriver er billigst over tid på nettsidene sine. Spotprisavtalene har vært klart billigst de siste 14 årene³³. Så det faktum at en stor andel kunder bytter til spotprisavtaler, kan være en indikasjon på at de som faktisk bytter er prisbevisste.

Figur 5.2

Fordeling mellom standardavtalene fra 1998-2013

1.Kvartal 1998 - 4.kvartal 2013



Kilde: Statistisk sentralbyrå

5.1.2 Lokal markedsrett

Et mål for lokal markedsrett, vil være hvor stor markedsandel den dominerende leverandøren har i hvert nettområde³⁴. Ericson, Halvorsen, & Hansen (2009) opplyser i en rapport for fem år siden, at de lokale leverandørene ofte er dominerende i hvert sitt nettområde og vil være leverandørene kundene har dersom de ikke har gjort et aktivt valg av leverandør. I TNS Gallups energibarometer for 1.kvartal i 2014, svarte 56% av landets strømkunder at de ville ha den lokale leverandøren dersom de skulle velge kraftselskap i dag

³³ Se figur 5.4 i kapittel 5.2.1 om prisvariasjon i sluttbrukermarkedet.

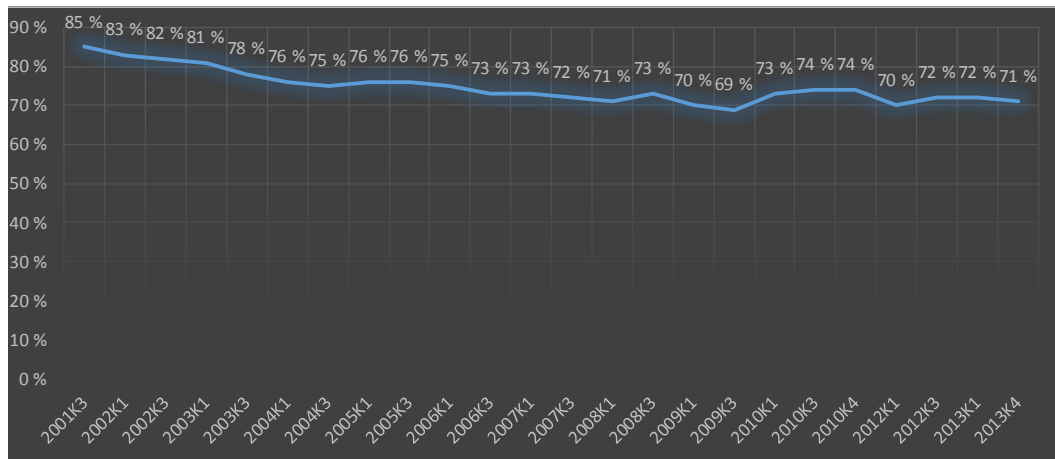
³⁴ Med dominerende leverandør menes det leverandøren med flest kunder i et gitt nettområde.

(TNS Gallup, 2014). Så det virker sannsynlig at den lokale leverandøren ofte er dominerende i nettområdene³⁵.

Figur 5.3

Gjennomsnittlig markedsandel for den dominerende leverandøren i hvert nettområde

3.kvartal 2001 - 4.kvartal 2013



Kilde: NVE³⁶

Første året etter leverandørskifte-gebyrene ble fjernet i 1997 hadde den dominerende og lokale leverandøren i gjennomsnitt 98% av alle kundene i hvert nettområde (Kolseth & Matre, 1998)³⁷. NVE sine leverandørskifteundersøkelser viser at dette gjennomsnittet har gradvis gått nedover siden slutten av 2001. Fortsatt er markedsandelen til den dominerende leverandøren stor. 71% av husholdningskunder var tilknyttet den dominerende leverandøren i 4.kvartal i 2013. Den mest dominerende leverandøren i 2013 hadde en markedsandel på 95%, mens den minst dominerende hadde en markedsandel på 25%³⁸. At såpass mange velger å være lojal til den dominerende leverandøren er en indikasjon på et lite konkurransedyktig marked. Når kundene er prisbevisste vil de velge leverandør uavhengig av om leverandøren er den lokale eller mest brukte leverandøren i nettområdet. Det virker sannsynlig at mange kunder ikke sammenligner strømprisene de betaler opp mot prisene til

³⁵ Jeg har ikke tilgjengelig data som viser hvor mange nettområder som er dominert av den lokale leverandøren, NVE kunne dessverre ikke opplyse om hvilket selskap som har størst markedsandel i hvert nettområde.

³⁶ NVE publiserte ikke tall for 1-3 kvartal i 2011.

³⁷ Den lokale leverandøren hadde «monopol» på strømlleveringen i sitt nettområde før leverandørbytte-gebyrene ble fjernet i 1997.

³⁸ Informasjon om hvor stor markedsandel den mest dominerende og minst dominerende leverandøren hadde i 2013, ble tilsendt meg over e-post av NVE etter forespørsel (Andersson, Runa, H., e-post, 30.mai, 2014).

andre kraftleverandører. Lokal markedsmakt kan være en indikasjon på at kundene i kraftmarkedet ikke er prisbevisste.

Kunder mottar strøm på leveringsplikt

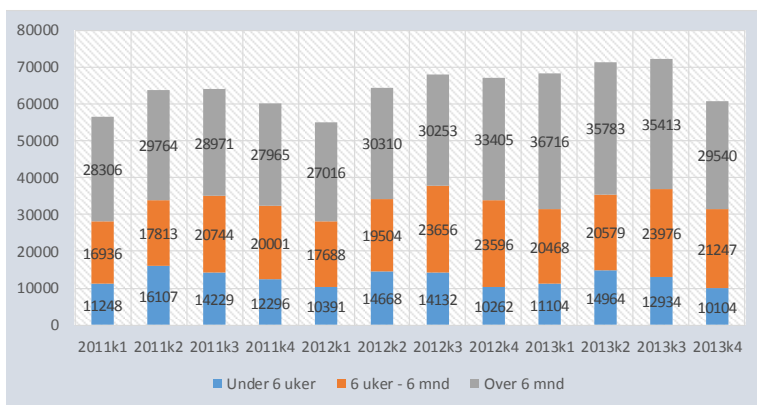
Enkelte kunder er ikke tilknyttet en leverandør. Disse vil derfor få strømleveransen gjennom det lokale nettselskapet på leveringsplikt. Dette er en ordning som ble opprettet for kundene for at de ikke skulle miste strømforsyningen til husholdet sitt. Dette vil være i tilfeller der leverandøren ikke lenger kan levere kraft (kan ha gått konkurs) eller når leverandøren avbryter strømleveransen siden kunden ikke betaler strømregningen sin. Samt er leveringsplikten pålagt nettselskapene for å sikre at kunder ikke mister strømleveringen ved flytting (NVE, 2010).

Strøm på leveringsplikt er dyrt for kunden. De seks første ukene er prisen man betaler regulert av NVE og består av spotprisen, samt et påslag på 6,25 øre/KWh (inkl. mva.). Dette er et påslag som ligger godt over påslaget til en gjennomsnittlig spotprisavtale³⁹. Etter disse seks ukene vil nettselskapene sette opp prisen ytterligere for å gi kunden større incentiver til å velge en kraftleverandør⁴⁰.

Figur 5.4

Antall kunder som mottar strøm på leveringsplikt

1.kvartal 2011 - 4.kvartal 2013



Kilde: NVE⁴¹

³⁹ Se Tabell 5.1 i kapittel 5.2.1.

⁴⁰ F. eks. øker BKK påslaget til 10 øre/KWh inkl. mva. etter de seks første ukene (BKK, 2014).

⁴¹ Eksakte tall over kunder på leveringsplikt ble tilsendt meg av NVE etter forespørsel (Andersson, Runa, e-post, 6.juni, 2014).

Figur 5.4 viser hvor mange kunder som har mottatt strøm på leveringsplikt ved utgangen av hvert kvartal mellom 2011 og 2013. Antall kunder på leveringsplikt er sortert etter hvor lenge kundene har vært på leveringsplikt. Rundt 60000 til 70000 kunder mottar strøm på leveringsplikt til enhver tid⁴². I tillegg til kundene med relativt dyre strømvavtaler, vil kundene på leveringsplikt være en del av de lite prisbevisste. En del kunder har vært på leveringsplikt i over seks uker og seks måneder ved utgangen av hvert kvartal. Dette vil være svært passive og lite prisbevisste kunder.

5.1.3 Byttekostnader

En mulig grunn for at ikke flere bytter leverandør eller strømvavtale vil være på grunn av byttekostnader i strømmarkedet. Byttekostnader er engangskostnader som oppstår når man bytter ifra en leverandør til en annen. Disse kostnadene gir leverandørene større incentiver til å opprettholde høye priser på avtaler som allerede har mange kunder. Når byttekostnadene er tilstrekkelig store vil det ikke alltid lønne seg å bytte til en billigere leverandør. Så til og med prisbevisste kunder kan velge bort billigere avtaler når byttekostnadene er store.

Burnham, Frels, and Mahajan (2003) har identifisert åtte ulike kategorier for byttekostnader som kan brukes som utgangspunkt for å oppsummere disse kostnadene i sluttbrukermarkedet for kraft. Det blir også diskutert hvor stor effekt de forskjellige byttekostnad-kategoriene vil ha for norske strømkunder.

Risiko

Risikokostnader kan oppstå når man velger ny leverandør som man ikke har like godt kjennskap til. Spesielt i dagens strømmarked der flere leverandører tilbyr avtaler med negative marginer⁴³. Det vil kanskje være en liten fare for at enkelte leverandører har dårlig likviditet og kan gå konkurs. Når en leverandør går konkurs eller legger ned strømleveringen, kan dette resultere i økonomiske tap for kunden. Tilbake i 2010 ble strømleverandøren Vitel kastet ut fra Nord Pool og måtte avvikle strømdelen av virksomheten sin. Dette førte til økonomiske tap for tusenvis av kunder med forskuddsbetalte strømvavninger (Dalseg, 2011). Vitel brukte kundenes strømpenger på å

⁴² Cirka 3% av alle husholdningene i Norge.

⁴³ Se kapittel 5.2.1 - «Leverandører tilbyr avtaler med negative marginer».

investere i eiendom og i starten av 2014 var det fortsatt kunder som ikke var blitt betalt tilbake (Solem, 2013). Så lenge man velger kjente leverandører og strømvavtaler som betales etterskuddsvis vil risikokostnadene være minimale.

Tidskostnader – Evaluering av tilbud og bytte av leverandør

Det vil oppstå evalueringskostnader når man leter etter ny strømvavtale/leverandør. Dette er en tidskostnad som er knyttet til all tiden som brukes for å søke og analysere markedet før et eventuelt skifte skal gjøres. Den letteste og rimeligste måten å finne ny strømvavtale, vil være å bruke kraftprisoversikten på Konkurransetilsynets hjemmeside eller ta i bruk en av strømpriskalkulatorene på internett som bruker Konkurransetilsynets rådatafiler. Her kan de billigste strømvavtalene enkelt finnes⁴⁴. For kunder som ikke er klar over kraftprisoversikten eller strømpriskalkulatorene, vil strømprisene kunne sammenlignes ved å bruke leverandørenes nettsider. Eventuelt kan kunden ta kontakt med strømleverandører å spørre om priser.

Det vil også oppstå en tidskostnad knyttet til all tiden som brukes på selve avtalebytte. Prosedyren med å bytte leverandør er at man fyller ut et skjema på leverandørenes nettside og leverer det elektronisk. I tillegg kan et leverandørskifte gjøres over telefon. Strømmåleren må leses av på tidspunktet for avtaleskiftet⁴⁵.

Disse to tidskostnadene er en økonomisk alternativkostnad for kunder som i stedet kunne ha brukt tiden sin på betalt arbeid eller verdifull fritid. Sunde (2011) argumenterte med at disse kostnadene ikke burde ha en større verdi enn 250 kroner med utgangspunkt i gjennomsnittlig timelønn på statlige ansatte. Von Der Fehr & Hansen (2009) forutsetter at tiden man bruker på å bytte leverandør tar en halvtime, og at tidskostnadene ikke ville overstige 100 kroner. Mitt syn er at det er svært vanskelig å estimere hvor mye disse tidskostnadene utgjør i økonomisk verdi, siden ulike kunder vil variere såpass mye både når det kommer til lønn for betalt arbeid og tidsforbruk per avtalebytte. I praksis vil heller ikke kunden bruke arbeidstiden sin på avtalebytte, men fritiden sin. Det kan uansett antas at tidskostnadene er den byttekostnad-kategorien som vil ha størst effekt på kundenes aktivitet i

⁴⁴ Eksempler på nettsider med strømpriskalkulator: www.elskling.no, www.dinside.no/strompriser, www.kortogkontant.no/strompriser. Disse er veldig ulik leverandørenes egne priskalkulatorer som bare gjelder deres egne produkter, som Fjordkrafts «avtalevelger» (Fjordkraft, 2014a).

⁴⁵ Det tar cirka tre til fire uker fra en kunde sier opp en avtale til skiftet er gjennomført (Konkurransetilsynet 2009, s.65).

sluttbrukermarkedet og som kan være avgjørende for at enkelte kunder ikke bytter leverandør.

Lærekostnad

Enkelte lærekostnader vil kunne oppstå når man bytter strømvtales og må sette seg inn i et nytt strømprodukt. Ved inngåelse av noen avtaler kreves det bruk av e-postfatura/e-faktura og avtalegiro. Har ikke forbrukeren kjennskap til disse betalingsmetodene kan dette bli en lærekostnad. Trolig vil en stor andel kunder allerede være kjent med de forskjellige betalingsmetodene, noe som gjør lærekostnadene i strømmarkedet liten.

Tap av fordeler

Fordelstap-kostnader er fordeler man mister når man bytter til en annen leverandør. For eksempel tilbyr Norges Energi (2014a) rabatter på utvalgte produkter fra Elkjøp og Lefdal, mens LOS (2014) har et eget fordelsprogram for kundene sine som inneholder rabatter og gratis inngang til forskjellige attraksjoner på Sørlandet. Det at leverandøren tilbyr andre produkt enn strømleveringen er sett på som den minst viktige driveren for tilfredshet blant kunder, ifølge TNS Gallups Energibarometer⁴⁶. Så det kan virke som om at denne byttekostnad-kategorien ikke har særlig stor effekt på kunder.

Oppsigelses- og oppstartskostnader

Oppsigelses- og oppstartskostnader er direkte økonomiske kostnader som oppstår når man sier opp en avtale og oppretter en ny. Til tross for at leverandørskifte-gebyrene ble fjernet i 1997 er det fortsatt noen fåtalls leverandører som tar et administrasjonsgebyr ved oppstart og/eller avslutning av enkelte avtaler⁴⁷.

Psykologiske kostnader

Andre byttekostnader vil kunne være psykologiske kostnader. Noen kunder kan ha knyttet personlige forhold til ansatte som jobber for leverandøren eller liker å identifisere seg selv som en kunde av leverandøren. Når kunden bytter leverandør vil disse personlige båndene

⁴⁶ Se figur 5.4 i kapittel 5.1.4.

⁴⁷ Telenor Energi AS tar et administrasjonsgebyr på 90 kroner ved oppstart og avslutning av avtalene «Strøm til innkjøpspris» og «markedskraft» (Telenor Energi, 2014).

brytes. Det kan tenkes at enkelte kunder liker å identifisere seg selv med leverandører som gir penger til veldedige formål eller som støtter lokalområdet. Det er usikkert hvor stor effekt denne byttekostnad-kategorien har. Ut ifra at såpass mange foretrekker den dominerende og lokale leverandøren, virker det sannsynlig at enkelte kunder knytter personlige bånd til leverandøren som har vært populær i nettområdet over lengre tid.

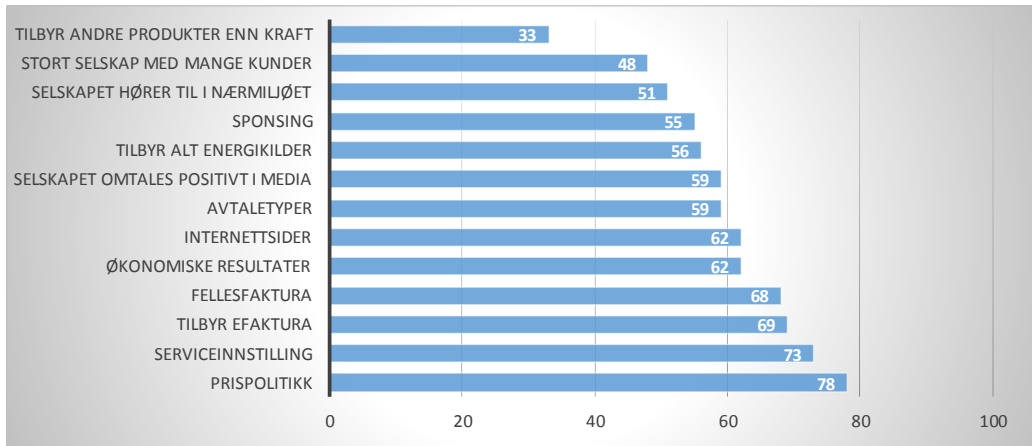
5.1.4 Er strømprisen det viktigste?

For en prisbevisst kunde må ikke prisen alltid være det viktigste når en ny leverandør skal velges. Kvaliteten på strømlleveringen vil i enkelte tilfeller også være avgjørende. Det som kan skille en leverandør fra en annen kan være kvalitet på kundebehandling, gode nettsider, spesielle kampanjer, om de støtter lokalområde og lignende.

I TNS Gallups energibarometer blir kundene spurt om hvilke kriterier de synes er viktigst ved leverandøren deres. Det er ikke spurt om motivasjon for å bytte leverandør i Energibarometeret de siste fire årene, men jeg ble fortalt av avdelingsleder i TNS Gallup over email, «Når det gjelder motivasjon for å bytte leverandør er det primært å oppnå en lavere pris. Dette har vi ikke kartlagt på mange år fordi resultatene lå så stabilt (ca. 80%)» (Livgard, Eva, F., e-post, 3.juni, 2014). Så ifølge TNS Gallup er den største grunnen til at kundene bytter leverandør, strømprisen. I stedet for å spørre om motivasjon for å bytte leverandør, har TNS Gallup spurt om hva som driver tilfredshet hos strømkundene i et av sine energibarometer i 2011.

Figur 5.5 er basert på data fra TNS Gallups energibarometer for 4.kvartal i 2011. Alle 1000 kundene som har vært med undersøkelsen har svart fra en skala fra 1-6, hvor mye de legger vekt på ulike drivere for tilfredshet. Den skalaen har blitt omgjort av TNS Gallup til en skala fra 1-100. TNS Gallup beskriver en driver med «viktighetsskår» på under 50 som «liten betydning for kundene» og en skala på over 70 som «stor betydning for kundene» (TNS Gallup, 2011). Som forventet ble pris den viktigste driveren med viktighetsskår på nesten 80 poeng. Ellers ser vi at kundene legger minst vekt på «andre produkter enn kraft».

Det legges vekt på andre drivere enn pris, som kundeservice og faktureringsmetoder. Men fortsatt er lavere pris det som motiverer kundene til å bytte leverandør, samt er prisen den viktigste driveren for tilfredshet. Så det at ikke flere bytter strømvtales kan sannsynligvis ikke forklares ved at kundene legger mer vekt på andre drivere enn prisen.

Figur 5.5**Drivere for tilfredshet med leverandøren – Hva kundene legger vekt på****Drivere for tilfredshet med kraftleverandøren - Hva kundene legger vekt på***Kilde: TNS Gallup*

5.2 Prisanalyse

Leverandørene konkurrerer om kunder med pris som strategisk variabel. Kundene er heterogene, der noen er mer prisbevisste enn andre. Dette gir leverandørene en mulighet til å tilby forskjellige avtaler rettet mot ulike kunder. I prisanalysen vil jeg se på hvor stor prisvariasjonen er innenfor avtaletypene. Jeg vil også sammenligne de gjennomsnittlige strømprisene som blir betalt per avtaletype opp mot hverandre og opp mot engrosprisen.

5.2.1 Prisvariasjon i sluttbrukermarkedet

Det tilbys både avtaler med variabel pris og spotprisavtaler med høy prisvariasjon mellom avtalene. Jeg har først gjort en prisanalyse av spotprisavtalene siden dette er den mest brukte avtaletypen og den som flest kunder bytter til. Videre har jeg sett på avtalene med variabel pris. Dette er den første avtaletypen som ble introdusert i sluttbrukermarkedet og som er vanlig blant eldre kunder som aldri har gjort noe avtalebytte. Jeg har ikke fokusert på avtaletypen fastpris. Dette er fordi en liten andel strømkunder velger denne avtaletypen⁴⁸.

Spotprisavtalene

Jeg har notert ned priser på alle spotprisavtalene i sluttbrukermarkedet. Totalt ble det tilbudt 154 spotprisavtaler av 95 forskjellige leverandører den 03.06.2014⁴⁹. Siden spotprisavtalene er de flest kunder bytter til, kan det tenkes at det er større priskonkurranse mellom disse avtalene enn de andre avtaletypene.

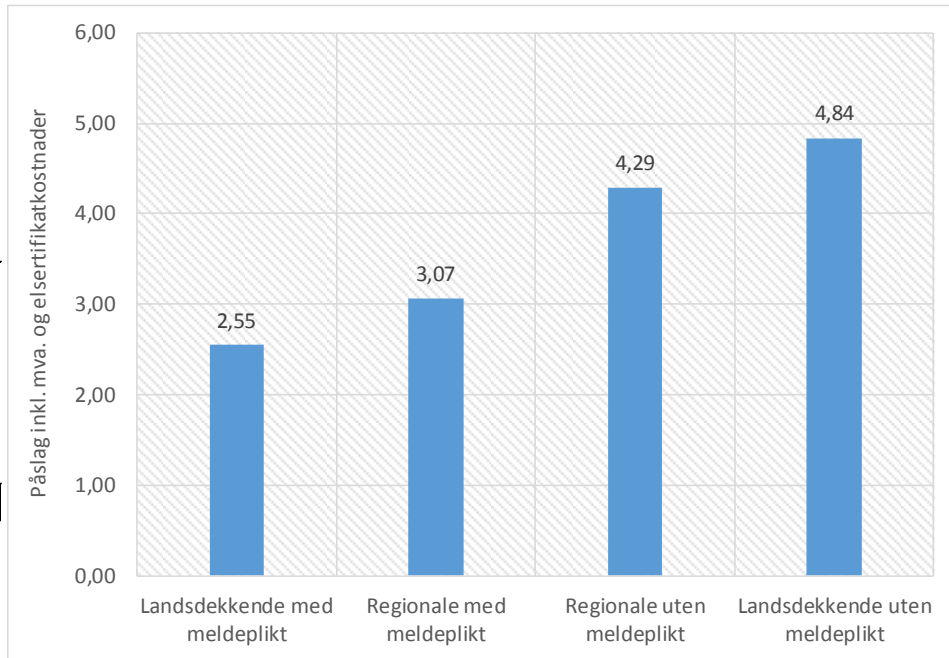
Figur 5.6 viser gjennomsnittlig påslag på alle spotprisavtalene, delt opp etter fire kategorier. Som forventet er de meldepliktige avtalene billigere enn de uten meldeplikt. Kraftprisoversikten vil kunne brukes av leverandørene for å markedsføre sine billigste avtaler. Leverandører med lite konkurransedyktige priser har alt å tape på å melde inn prisene sine til Konkurransetilsynet. De dyreste avtalene vil uansett ikke bli valgt av de som bruker oversikten, og leverandørene vil også risikere å svekke omdømme sitt når kunder ser at deres priser er dyrere enn prisene til andre leverandører. Dette resulterer i at leverandørene velger å melde inn billige avtaler til kraftprisoversikten, men ikke de dyre.

⁴⁸ Se figur 5.2 i kapittel 5.1.1.

⁴⁹ Se tabell 8.3 i appendiks.

Figur 5.6**Gjennomsnittlig påslag per spotprisavtale-kategori**

03.jun.14



Kilde: Konkurransetilsynet⁵⁰ og leverandørenes nettsider

Den største prisforskjellen er mellom landsdekkende avtaler med meldeplikt og landsdekkende avtaler uten meldeplikt. Forskjellen er på 2,29 øre/KWh ved et forbruk på 20000KWh. Dette utgjør en gjennomsnittlig prisforskjell på rundt 450 kroner i året⁵¹. Denne prisforskjellen tar heller ikke hensyn til at avtalene uten meldeplikt bruker veide spotpriser. Så prisforskjellen mellom avtalene med og uten meldeplikt er egentlig større enn det som fremstilles i figur 5.6.

Tabell 5.1 viser prisvariasjon mellom spotprisavtalene, som er delt inn i forskjellige kategorier⁵². Den totale variasjonsbredden er 9,75 øre/KWh⁵³. Dette utgjør en årlig

⁵⁰ Jeg har både brukt nettsidene til leverandørene og Konkurransetilsynet til å notere priser på avtaler. For å kunne dele opp avtalene i avtaler med og uten meldeplikt brukes nettsiden til Konkurransetilsynet (Konkurransetilsynet, 2014e).

⁵¹ $0,0229 * 20000 = 458$ kroner

⁵² Tallene i tabellen er basert på prisene i tabell 8.3 i appendiks.

⁵³ «Fortum Enkel» var den dyreste spotprisavtalen og var også den eneste jeg kom over med «variabelt påslag». Dette er en type avtale der påslaget bli endret annenhver måned. Det årlige påslaget som jeg har brukt for «Fortum Enkel» er beregnet som et gjennomsnitt av de seks forskjellige påslagene gjennom året (Fortum, 2014).

prisforskjell på nesten 2000 kroner i året mellom den billigste og dyreste avtalen⁵⁴. Det var tre leverandører som tilbyde spotprisavtaler med et påslag lik null⁵⁵. Dette er inkludert elsertifikatkostnader som disse leverandørene må dekke på toppen av andre marginalkostnader. Med andre ord velger leverandørene å selge avtalene med et klart underskudd per kunde⁵⁶. De meldepliktige avtalene har lavest variasjonsbredde. Dette er forventet siden leverandørene tjener lite på ha de dyreste avtalene med i kraftprisoversikten, samt er de billigste avtalene i sluttbrukermarkedet meldepliktige. Noe som gjør både variasjonsbredden og gjennomsnittet til de meldepliktige avtalene lavere.

Tabell 5.1

Prisvariasjon mellom spotprisavtalene

| Dato 03.06.2014 | Gjennomsnittlig påslag | Variasjonsbredde | Standardavvik | Antall avtaler |
|-------------------------------|------------------------|------------------|---------------|----------------|
| Totalt | 3,90 | 9,75 | 1,76 | 154,00 |
| Kategorier: | | | | |
| Landsdekkende | 4,03 | 9,75 | 1,97 | 77,00 |
| Regionale | 3,76 | 7,15 | 1,51 | 77,00 |
| meldepliktige | 2,83 | 5,20 | 1,46 | 60,00 |
| Ikke meldepliktige | 4,58 | 8,75 | 1,59 | 94,00 |
| Landsdekkende med meldeplikt | 2,55 | 5,20 | 1,62 | 27,00 |
| Landsdekkende uten meldeplikt | 4,84 | 7,92 | 1,64 | 50,00 |
| Regionale med meldeplikt | 3,07 | 4,59 | 1,26 | 33,00 |
| Regionale uten meldeplikt | 4,29 | 6,20 | 1,47 | 44,00 |

Kilde: Konkurransetilsynet og leverandørenes nettsider

Det totale standardavviket er 1,76 øre/KWh. Dette er en ganske stor spredning når gjennomsnittlig påslag er 3,90 øre/KWh. Standardavviket til de landsdekkende avtalene er en del høyere i forhold til de regionale. Dette skyldes store prisforskjeller mellom de landsdekkende avtalene. De billigste landsdekkende avtalene har svært lave påslag, hele ni avtaler hadde et påslag under 1 øre/KWh. I motsetning hadde mange av de dyreste landsdekkende avtalene et påslag på over 6 øre/KWh.

Det lønner seg å velge en billig spotprisavtale siden prisvariasjonen mellom avtalene er høy. Veldig mange kunder velger spotprisavtale foran andre avtaletyper. Noe de gjør rett i siden

⁵⁴ $(0,0975-0) * 20000 = 1950$ kroner

⁵⁵ Disse avtalene ble tilbudt av Teline Energi AS, Kraftinor AS, og Gudbrandsdalen Energi (Konkurransetilsynet, 2014a).

⁵⁶ Dette er gitt at betingelsene ved inngåelse av avtalene ikke brytes. Det kreves inngåelse av e-faktura/e-postfaktura og avtalegiro ved alle tre avtalene. Der det påløper gebyrer eller at kunden blir overført til dyrere avtaler hvis ikke dette er gjort i tide (Konkurransetilsynet, 2014a).

spotprisavtalene historisk sett har vært den billigste avtaletypen de siste femten årene⁵⁷. Man må bare passe på at man ikke velger «feil» spotprisavtale. Ved valg av noen av de dyreste spotprisavtalene kan man ende opp med å betale mellom 1000 og 2000 kroner mer i året i forhold til de som velger de billigste.

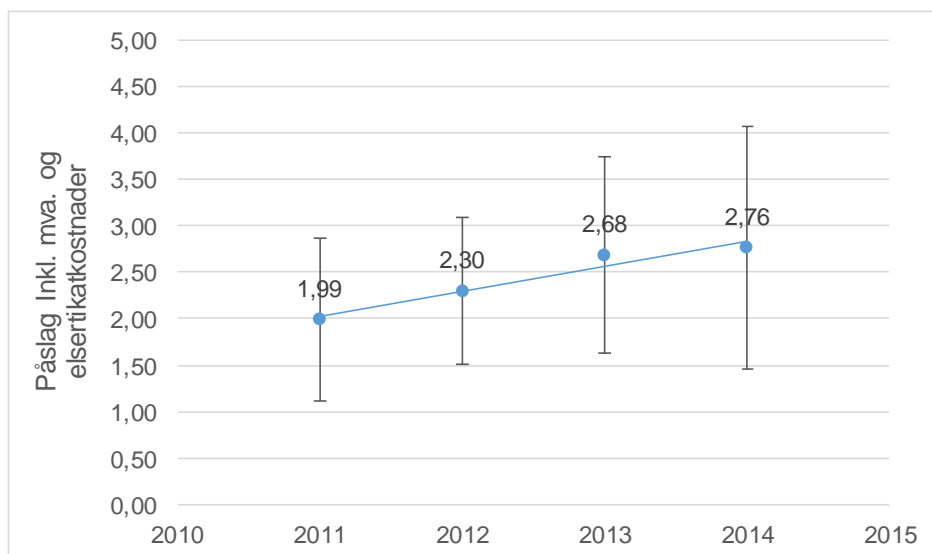
Spotprisavtalene over de fire siste årene

Man kan sammenligne spotprisavtalene over tid ved å ta i bruk rådata fra Konkurransetilsynets FTP-server (Konkurransetilsynet, 2014c). Det er interessant å se om innføringen av elsertifikatkostnadene har hatt effekt på påslagene til de meldepliktige avtalene. Elsertifikatkostnadene ble innført i 2012 og har gradvis økt i 2013 og 2014. Så det forventes at påslagene til leverandørene også har økt.

Figur 5.7

Gjennomsnittlig påslag på meldepliktige spotprisavtaler fra 2011-2014

Uke 1 2011 - Uke 1 2014



Kilde: Konkurransetilsynet

Figuren viser gjennomsnittlig påslag i uke 1 i årene 2011-2014. Det gjennomsnittlige påslaget har økt jevnt siden 2011, noe som trendlinjen viser. Standardavviket mellom avtalene har også økt, spesielt de to siste årene. Dette vises via feilfeltene som er oppgitt i standardavvik. Så gevinsten kunden kan oppnå ved å bytte fra en av de dyreste meldepliktige

⁵⁷ Se Tabell 5.4 kapittel 5.2.1.

avtalene til en av de billigste har trolig blitt større siste årene. Mye av økningen i gjennomsnittlig påslag per år, vil kunne forklares av innføringen av elsertifikatene. I 2012 var gjennomsnittlig elsertifikatkostnad i øre/KWh på rundt 0,67 øre, i 2013 lå denne avgiften på rundt 1,09 øre, og i 2014 er denne avgiften estimert til å øke ytterligere til 1,54 øre⁵⁸. Dette er avgifter som er inkludert i prisene i kraftprisoversikten (Konkurransetilsynet, 2012).

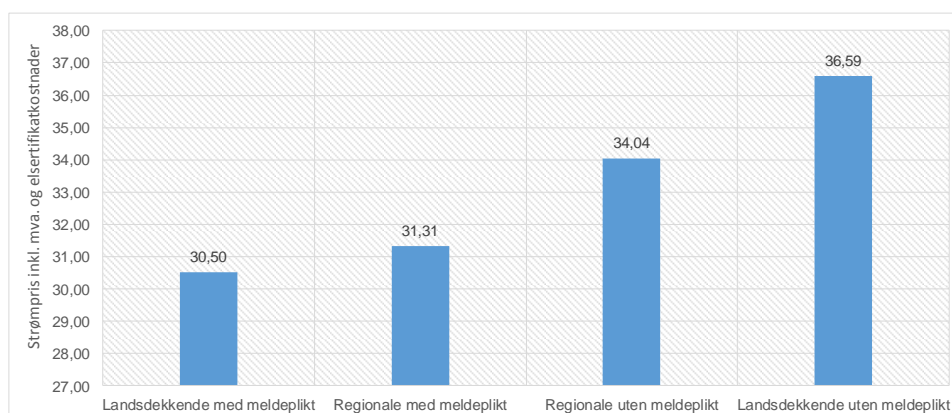
Avtaler med variabel pris

En stor andel strømkunder er tilknyttet avtaler med variabel pris. Så for å få et bedre bilde av prisutviklingen og prisvariasjonen i sluttbrukermarkedet har jeg også analysert disse avtalene. Det ble totalt tilbudt 103 avtaler med variabel pris av 62 forskjellige leverandører den 04.06.2014⁵⁹. Siden dette er avtaletypen som er vanlig blant eldre kunder og som få kunder bytter til, kan det forventes lavere priskonkurranse mellom disse avtalene. Noe som trolig vil resultere i større prisvariasjon innenfor denne avtaletypen.

Figur 5.8

Gjennomsnittlig strømpris for ulike kategorier av variabel pris

04.jun.14



Kilde: Konkurransetilsynet og leverandørenes nettsider

Prisforskjellen mellom landsdekkende avtalene med og uten meldeplikt er over 6 øre/KWh. Dette er en mye høyere prisforskjell i forhold til forskjellen mellom de samme kategoriene for spotprisavtalene. De kundene som leverandørene kan enklere utnytte med høye priser, vil være de som er lite prisbevisste. De som kan sies å være de minst prisbevisste i markedet er

⁵⁸ Beregnet med elsertifikatkalkulatoren (NVE, 2014a).

⁵⁹ Se tabell 8.4 i appendiks.

eldre kunder som sjeldent eller aldri utfører et avtalebytte. Disse kundene sitter fortsatt med avtaler med variabel pris som leverandørene har tilbudt siden før spotprisavtalene kom. Noe som gjør at leverandørene kan opprettholde dyre priser på denne avtaletypen.

Tabell 5.2

Prisvariasjon mellom avtaler med variabel pris

Systempris inkl. mva.: 29,54

| Dato 04.06.2014 | Gjennomsnittlig strømpris | Variasjonsbredde | Standardavvik | Alle avtaler |
|-------------------------------|---------------------------|------------------|---------------|---------------|
| Totalt | 31,82 | 30,50 | 6,06 | 103,00 |
| Kategorier: | | | | |
| Landsdekkende | 32,18 | 20,80 | 5,84 | 29,00 |
| Regionale | 31,68 | 30,50 | 6,14 | 74,00 |
| meldepliktige | 31,11 | 30,50 | 5,87 | 85,00 |
| Ikke meldepliktige | 35,17 | 21,76 | 5,83 | 18,00 |
| Landsdekkende med meldeplikt | 30,50 | 17,10 | 5,76 | 21,00 |
| Landsdekkende uten meldeplikt | 36,59 | 9,01 | 3,07 | 8,00 |
| Regionale med meldeplikt | 31,31 | 30,50 | 5,89 | 64,00 |
| Regionale uten meldeplikt | 34,04 | 21,76 | 7,13 | 10,00 |

Kilde: Leverandørenes nettsider og konkurransetilsynet

Den totale variasjonsbredden mellom avtalene med variabel pris er 30,50 øre/KWh. Denne variasjonsbredden er nesten tre ganger så høy som variasjonsbredden mellom spotprisavtalene. Den høye variasjonsbredden skyldes flere forhold. Landets billigste strømvtales blir levert av Modalen Kraftlag SA som leverer strøm for bare 13,7 øre/KWh. Denne avtalen er mye billigere enn alle andre strømvtaler i markedet. Dette skyldes at de kan levere billig konsesjonskraft til rundt 350 kunder i Modalen (Modalen Kraftlag BA, 2014). De dyreste avtalene med variabel pris er også dyrere enn alle spotprisavtalene.

Standardavviket til avtalene med variabel pris er over tre ganger så stort som standardavviket til spotprisavtalene. At spredningen er såpass mye høyere viser hvor store prisforskjeller det er mellom avtaler med variabel pris. For kunder med de dyreste avtalene med variabel pris vil merutgiften være veldig stor. Prisforskjellene mellom mange av avtalene ligger på godt over 15 øre/KWh. Gitt at disse prisforskjellene fortsetter over et helt år, vil en kunde med en av de dyreste avtalene med variabel pris betale over 3000 kroner mer enn kunder med de billigste avtalene⁶⁰.

⁶⁰ 0,15 * 20000 = 3000 kroner

Historiske årlige strømpriser for avtaler med variabel pris

Tabell 5.3 viser årlige strømpriser for alle landsdekkende meldepliktige avtaler med variabel pris fra 2011-2013⁶¹. Alle prisene, samt systemprisen, er for et årlig strømforbruk på 20000 KWh⁶².

Tabell 5.3

Historiske årlige strømpriser på landsdekkende avtaler med variabel pris

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|--------------|-------------|-------------|
| Systempris på Nord Pool Spot | 9624 | 6240 | 7484 |
| Strømvtaler: | | | |
| Telinet Energi AS - Telinet Online | 10115 | 5395 | 7642 |
| NorgesEnergi AS - GUL e-STRØM | 10250 | 5848 | 7919 |
| NorgesEnergi AS - GUL STRØM | 11575 | 6903 | 8712 |
| HAFSLUND STRØM AS - Direkte Variabelpris | 10296 | 5599 | 7675 |
| Tussa-24 AS - Tindekraft Aktiv | 11517 | 6604 | 8134 |
| Ustekveikja Energi AS - Variabel lavpris | 10877 | 5795 | 7574 |
| Stranda Energi AS - Stranda Energi Web | 11903 | 7256 | 8796 |
| Fjordkraft AS - Fjordkraft Web | 10267 | 5815 | 8449 |
| Gudbrandsdal Energi - Kvitfjell world cup variabel | | | 7425 |
| Luster Energiverk AS - Variabel kraftpris | 11857 | 7194 | 8758 |
| Gudbrandsdal Energi - Variabel | 12275 | 7824 | 8995 |
| Ustekveikja Energi AS - Standard variabel pris | 11988 | 7073 | 8615 |
| Telinet Energi AS - Standard variabel pris | 12306 | 7342 | 8810 |
| Lærdal Energi - LE Variabel | | | 8953 |
| Gudbrandsdal Energi - Variabel Lavpris | 11738 | 7376 | 8775 |
| Gudbrandsdal Energi - Variabel Lavpris Akonto | 10463 | 7041 | 8818 |
| Gjennomsnitt per strømvtale | 11245 | 6648 | 8378 |
| Variasjonsbredde | 2191 | 2429 | 1570 |

Kilde: Konkurransetilsynet

Det vises enda mer tydelig her at prisforskjellen er større blant avtalene med variabel pris. Tabellen viser at kundene med de dyreste avtalene, ville kunne ha spart seg opp mot 2000 kroner i året på og i stedet valgt en av de billigste. Her sammenlignes også bare landsdekkende avtaler med meldeplikt som er den billigste avtalekategorien. Så prisforskjellene ville vært enda større hvis man hadde sett på historiske priser blant avtalene uten meldeplikt.

⁶¹ Avtaler som ikke er gjeldende over alle ukene i minst et av de tre årene er ikke tatt med.

⁶² De årlige prisene er justert etter konkurransetilsynets innmatingsprofil (JIP) «Normalforbruk» i «Sammenlign priser historisk».

De billigste avtalene med variabel pris har vært svært konkurransedyktig de tre siste årene. Både i 2012 og 2013 har det vært tilbudt enkelte avtaler med variabel pris som har endt med å være billigere enn engrosprisen. Et godt eksempel er i 2012 der kunder med avtalen «Telinet Online» endte med en strømpris som nesten var 850 kroner billigere enn engrosprisen. Med elsertifikatkostnader og andre marginalkostnader ville leverandøren Teline Energi AS sannsynligvis tape over 1000 kroner per kunde som hadde denne avtalen i 2012.

Til tross for at mange av avtalene med variabel pris er dyre, vil en prisbevisst kunde som foretrekker en av avtaletypene, enten det er spotprisavtale eller variabel pris kunne oppnå en svært konkurransedyktig pris, uavhengig av hvilken avtaletype som velges. Prisvariasjonen er høy innenfor begge avtaletypene, spesielt mellom avtaler med variabel pris. Så det er god del penger å spare for kunder med dyre avtaler innenfor begge avtaletypene.

Leverandører tilbyr avtaler med negative marginer

Siden uke 17 i 2013 har det vært tilbudt en eller flere meldepliktige spotprisavtaler med påslag lik null (Konkurransetilsynet, 2014c). Hvis en kunde velger en av disse, vil leverandøren som leverer strømmen til kunden ikke oppnå noe inntekt. Også noen av avtalene med variabel pris har vært ekstremt billige enkelte år. Noen avtaler har til og med endt opp med å være billigere enn hvis man hadde kjøpt strømmen rett fra Nord Pool Spot.

Marginalkostnad per kunde har økt siden starten av 2012 ved innføringen av elsertifikatkostnadene. Så det er overraskende at enkelte avtaler er så billig. Leverandørene har også andre marginalkostnader som innhenting av målerstand og fakturering av kunden. Basert på informasjon fra flere leverandører over e-post, kan det forventes at marginalkostnad for fakturering per kunde, ligger på rundt 200 kroner i året over papir og 100 kroner over e-post/e-faktura⁶³. Så det kan antas at leverandørene som tilbyr spotprisavtaler i 2014, minst må sette et påslag på 2 øre/KWh for å kunne dekke inn marginalkostnad per kunde⁶⁴. I uke 17 i 2014 er det ni leverandører som tilbyr landsdekkende avtaler med påslag under 2 øre/KWh, der åtte av avtalene har et påslag under

⁶³ Mer om marginalkostnader i appendiks.

⁶⁴ $0,0154$ (elsertifikatkostnader) + $100/20000 = 2,04$ øre/KWh

1 øre/KWh (Konkurransetilsynet, 2014a). Blant disse leverandørene er alle de «tre store», Norges Energi, Fjordkraft, og Hafslund⁶⁵.

Konkurransen mellom de billigste avtalene har blitt så stor at enkelte leverandører er villige til å selge strøm med negative marginer. Dette er avtaler som er rettet mot prisbevisste kunder. Noe som gjør leverandørene helt avhengig av å selge strøm med dyrere priser til lite prisbevisste kunder, for å unngå å gå med underskudd. Ikke bare må leverandørene tjene inn pengene de taper på de billigste avtalene, men de har også andre kostnader som lønn, markedsføringen, og andre administrasjonskostnader som skal dekkes.

Hvilke avtaletype har historisk sett vært billigst?

Jeg har til nå fokusert på de to vanligste avtaletypene hver for seg uten å sammenligne de opp mot hverandre. Prisforskjellen mellom enkeltavtaler innenfor hver avtaletype er stor, spesielt mellom avtalene med variabel pris. Men det er ikke tilgjengelig data i kraftprisoversikten eller på leverandørens nettsider som viser hvor mange kunder som er på de forskjellige enkeltavtalene. Så man finner ikke ut hvilken avtaletype en kunde i gjennomsnitt betaler mest for. For å sammenligne avtaletypene har jeg brukt rådata fra SSB.

Tabell 5.4 viser gjennomsnittlige strømpriser per avtaletype fra 1999-2013. Her ser man også årlige prisforskjeller mellom avtalene⁶⁶. Det er spotprisavtalene som blir anbefalt av media foran andre avtaletyper. Flere leverandører skriver også på nettsidene at spotprisavtalene er billigst over tid. Dette ser ut til å være rett. Kundene med spotprisavtaler har i gjennomsnitt betalt nesten 750 kroner mindre i året over hele perioden i forhold til de med variabel pris. Spotprisavtalene har også vært billigere enn fastprisavtalene. Bare to av de siste fjorten årene har kunder med variabel pris betalt litt mindre enn de med spotprisavtale.

⁶⁵ Energibarometeret viser at disse tre leverandørene er de med flest private strømkunder (TNS Gallup, 2014).

⁶⁶ Alle tallene er oppgitt i kroner inkludert mva. og gjelder for et årsforbruk på 20000 kWh. Jeg har brukt konkurransetilsynets innmatingsprofil (JIP) med strømforbruk per kvartal, som jeg har brukt til å fordele årsforbruket på 20000 kWh.

Tabell 5.4

Årlig gjennomsnittlig strømpris og prisforskjell mellom avtaletypene

| | Avtaletype | | | Prisforskjell | | |
|---------------------------------|-----------------|---------------|----------------|-----------------|--------------|-----------------|
| | Spotprisavtaler | Variabel pris | 1-års fastpris | Variabel - spot | Fast - spot | Variabel - fast |
| 1999 | 3397 | 3781 | 3809 | 384 | 411 | -27 |
| 2000 | 3034 | 3567 | 3605 | 533 | 571 | -38 |
| 2001 | 5290 | 5198 | 4546 | -92 | -744 | 652 |
| 2002 | 4916 | 5149 | 4868 | 233 | -47 | 281 |
| 2003 | 8271 | 10789 | 7282 | 2518 | -988 | 3507 |
| 2004 | 6345 | 7161 | 6930 | 815 | 585 | 230 |
| 2005 | 6166 | 6820 | 6800 | 653 | 634 | 20 |
| 2006 | 10032 | 11338 | 9065 | 1306 | -968 | 2274 |
| 2007 | 6324 | 6846 | 9065 | 522 | 2741 | -2219 |
| 2008 | 8922 | 10458 | 10353 | 1536 | 1431 | 105 |
| 2009 | 8408 | 9134 | 9470 | 727 | 1062 | -335 |
| 2010 | 11837 | 11736 | 9709 | -100 | -2128 | 2028 |
| 2011 | 10991 | 11922 | 11059 | 931 | 68 | 863 |
| 2012 | 7001 | 7552 | 9217 | 551 | 2216 | -1665 |
| 2013 | 8508 | 9100 | 8850 | 592 | 342 | 250 |
| Totalt | 109441 | 120550 | 114627 | 11109 | 5186 | 5923 |
| Gjennomsnittspris per år | 7296 | 8037 | 7642 | 741 | 346 | 395 |
| Spredning (2003 - 2013): | | | | | | |
| Variasjonsbredde | 5670 | 5102 | 4259 | -568 | -1412 | 843 |
| Standardavvik | 1922 | 2009 | 1372 | 87 | -551 | 637 |

Kilde: Statistisk sentralbyrå

Mange leverandører opplyser på nettsidene, at det positive med å velge avtaletypene variabel pris og fastpris er større prisforutsigbarhet og lavere risiko. Variasjonsbredden er høyere for spotprisavtalene i forhold til avtalene med variabel pris, men standardavviket er lavere. Kanskje er det mest vanlige statistiske målet for risiko, standardavvik. Så hvis man forutsetter at dette er det mest relevante målet for risiko i denne sammenhengen, har avtalene med variabel pris vært de mest risikable de siste 10 årene⁶⁷. Ellers har naturligvis fastprisavtalene vært den minst risikable avtaletypen.

Avtalene med variabel pris er, og har vært avtaletypen kundene ofte har dersom de ikke har gjort noe innsats for å bytte leverandør (Ericson, Hansen, & Halvorsen 2008, s.17). De med spotprisavtale vil være nye kunder som har opprettet sin første strømvtales etter at spotprisavtalen ble introdusert og kunder som har gjort en innsats for å utføre et avtalebytte. Det kan dermed tenkes at kundene med variabel pris generelt sett er mindre prisbevisste enn de med spotprisavtale. Dette vil også være en naturlig årsak for at kunder over lengre tid har betalt mer for avtaler med variabel pris. Disse kundene er lettere å utnytte med høye priser siden de ikke er særlig prisbevisste. I motsetning er ofte kundene med spotprisavtale mer

⁶⁷ Fra 1999 – 2002, var strømprisene mye lavere enn årene etterpå, noe som gir et stor utslag på ulike spredningsmål over hele perioden. Så jeg endte med å unnlate disse årene når jeg tok utgangspunkt i variasjonsbredde og standardavvik.

opptatt av pris, noe som fører til større priskonkurranse mellom disse avtalene og dermed lavere priser.

5.2.2 Hvor mye betaler norske strømkunder over engrosprisen?

SSB har og statistikk som viser gjennomsnittlig strømpris per kunde fra 2003 til 2013 uavhengig av avtaletype (SSB, 2014c). Så ved å sammenligne disse prisene opp mot prisene i engrosmerket, ser man hvor mye leverandørene betaler for strømmen relativt til kundene.

Tabell 5.5

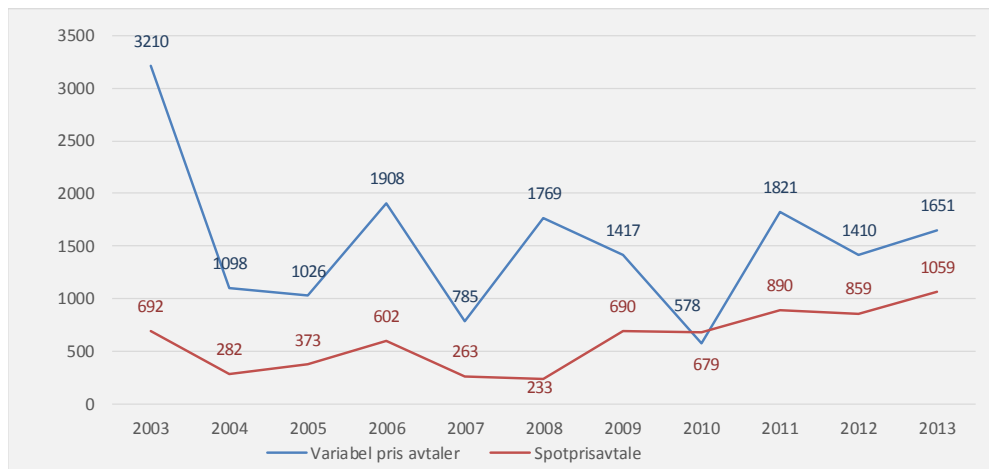
Prisforskjell mellom gjennomsnittlig strømpris og systempris på Nord Pool Spot

| År | Systempris | Strømpris | Prisforskjell |
|--------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| 2003 | 7579 | 10226 | 2647 |
| 2004 | 6063 | 6971 | 908 |
| 2005 | 5794 | 6680 | 887 |
| 2006 | 9430 | 10541 | 1110 |
| 2007 | 6061 | 6938 | 877 |
| 2008 | 8689 | 9790 | 1101 |
| 2009 | 7717 | 8818 | 1101 |
| 2010 | 11158 | 11704 | 546 |
| 2011 | 10101 | 11338 | 1237 |
| 2012 | 6142 | 7316 | 1174 |
| 2013 | 7449 | 8701 | 1252 |
| Totalt | 86183 | 99023 | 12840 |
| Gjennomsnittspris | 7835 | 9002 | 1167 |
| Gjennomsnittspris(2003 - 2008) | 7269 | 8524 | 1255 |
| Gjennomsnittspris(2009 - 2013) | 8513 | 9575 | 1062 |

Kilde: Statistisk sentralbyrå og Nord Pool Spot

Gjennomsnittlig inntekt per kunde de siste 11 årene er nesten 13000 kroner. Gjennomsnittlig prisforskjell mellom engrospris og strømpris er over 1150 kroner. Dette er langt over marginalkostnad, noe som tyder på at markedet ikke er særlig konkurransedyktig. En stor andel kunder har gått over fra variabel pris til spotprisavtale siden 2003. I starten av 2003 hadde bare 8% av kundene spotprisavtale. Denne andelen steg jevnt helt opp mot 50% i slutten av 2008⁶⁸. Man skulle tro at effekten av en større andel kunder med spotprisavtaler, som er den billigste avtaletypen, ville gjøre leverandørenes marginer mye lavere og markedet mer konkurransedyktig. Men som tabellen viser har kundene betalt langt over engrosprisene de siste fem årene.

⁶⁸ Se figur 5.2 kapittel 5.1.1

Figur 5.9**Prisforskjell mellom systempris og de to avtaletypene spotprisavtale og variabel pris**

Kilde: Statistisk sentralbyrå⁶⁹

Figur 5.9 viser prisforskjell mellom systempris på Nord Pool Spot og gjennomsnittlig strømpris per avtaletype. Kundene med spotprisavtale er med å gjøre prisforskjellen mellom strømpris og engrospris lavere gjennom nesten hele perioden, men fortsatt har ikke økningen i andel kunder med spotprisavtale gjort markedet spesielt konkurransedyktig. Dette er fordi gjennomsnittlig strømpris for spotprisavtalene har økt de siste årene. Spesielt i de tre siste årene har leverandørene hatt store marginer på spotprisavtalene. Dette viser at mange av kundene som prøver å oppnå billigere strøm med å velge spotprisavtale, ikke er godt nok informerte om prisforskjellene mellom ulike spotprisavtaler. Sannsynligvis velger mange spotprisavtaler uten meldeplikt med dyrere påslag og veide spotpriser.

For mange nordmenn er kanskje ikke 1000 kroner i året fordelt ut over 12 måneder spesielt viktig, noe som vil være en av årsakene til at ikke flere er prisbevisste. I motsetning vil 1000 kroner i ekstra inntekt per kunde utgjøre store summer for leverandørene. Hvis man forutsetter at en leverandør har et gjennomsnittlig overskudd etter marginalkostnader på 500 kroner per kunde, vil det bare være nødvendig med 2000 kunder for å oppnå et overskudd etter marginalkostnader på en million⁷⁰. Basert på tall fra Energibarometeret forventes det at alle de tre største leverandørene Norges Energi, Hafslund, og Fjordkraft minst har 300000

⁶⁹ Alle prisene er vektet etter kvartalsvis JIP fra konkurransetilsynet.

⁷⁰ $500 * 2000 = 1\,000\,000$

private kunder hver (TNS Gallup, 2014). Gitt at disse leverandørene oppnår en ekstra inntekt på 500 kroner per kunde vil dette resultere i merinntekter på minst 150 millioner kroner⁷¹. Så fra leverandørens ståsted vil noen hundre kroner ekstra per kunde bety million-beløp i merinntekter.

⁷¹ $500 * 300000 = 150\ 000\ 000$

6. Leverandører utnytter lite prisbevisste kunder

Ikke alle kunder er aktivt søkende etter de billigste strømvitalene i markedet. Noen kunder har aldri byttet leverandør⁷², mens andre som utfører leverandørbytter ikke er godt nok informerte om prisene og ender med å velge dyre strømvitaler. Dette utnytter leverandører på best mulig måte med å utføre prisdiskriminering, tilby dyre avtaler uten meldeplikt og drive villedende markedsføring.

6.1 Kraftleverandører utfører prisdiskriminering

Strømprisene varierer veldig mellom avtalene tilbudt av samme leverandør. Det mange leverandører gjør er å tilby flere avtaler av samme avtalestype, en dyr og en billig versjon. Der den dyre avtalen er ment for kunder som er lett å utnytte med høye priser, mens lavprisavtalen er rettet mot prisbevisste kunder. Både andre- og tredjegrads prisdiskriminering blir observert i dagens kraftmarked. Dette temaet er tidligere tatt opp i andre utredninger om sluttbrukermarkedet for kraft. Først av Von Der Fehr & Hansen (2009), så av Sunde (2011).

Sunde (2011) argumenterte at bare det faktum at leverandører tilbyr ulike avtaletyper er prisdiskriminering. Kundene har ulike risikoprofiler. Siden noen kunder er risikoaverse vil de velge variabel pris eller fastprisavtale foran spotprisavtaler i frykt om at spotprisen skal bli veldig høy i enkelte perioder. Dette ser leverandørene som en mulighet til å variere prisene i høy grad mellom de ulike avtaletypene.

Prisdiskriminering skjer mellom og innenfor avtaletypene, der både førstegrads- og andregads prisdiskriminering blir utført. Førstegrads prisdiskriminering vil ikke være mulig i sluttbrukermarkedet for kraft, siden det forutsetter at leverandøren er klar over reservasjonsprisen til alle kundene i markedet.

⁷² Ifølge avdelingsleder i TNS Gallup har bare rundt 50% av strømkundene i sluttbrukermarkedet aktivt byttet leverandør (Livgard, e-post, 11.Juni, 2014).

6.1.1 Andregrads prisdiskriminering

Ved andregrads prisdiskriminering tilbyr leverandøren to eller flere avtaler av akkurat samme avtaletype til ulik pris, og satser på at en andel kunder velger den dyreste avtalen gjennom selvselektering. Det som ofte skiller den billige og dyre avtalen fra hverandre, er at den dyreste avtalen er den leverandøren anbefaler på nettsiden sin og prøver å markedsføre via kampanjene sine. Den billigste avtalen vil som oftest være med i kraftprisoversikten og leverandøren vil kreve bruk av e-faktura/e-postfaktura og avtalegiro. Det er også enkelte leverandører som «skjuler» den billigste avtalen de tilbyr. Denne vil ikke være tilgjengelig gjennom nettsiden til leverandøren, men i stedet gjennom andre internettsider eller media.

Jeg har hovedsakelig fokusert på prisdiskrimineringen innenfor avtaletypene variabel pris og spotprisavtale. Jeg har valgt å se bort ifra fastprisavtalene, siden det er svært få eksempler på prisdiskriminering innenfor denne avtaletypen. Det er også en liten andel kunder som er på fastprisavtaler.

Andregrads prisdiskriminering innenfor spotprisavtalene

Det var 95 leverandører som tilbyr spotprisavtaler den 03.06.2014, der det i snitt ble tilbudt 1,62 spotprisavtaler per leverandør⁷³. En leverandør tilbyr hele syv avtaler innenfor denne avtaletypen⁷⁴. For å vise hvor stor grad av prisdiskriminering som er innenfor denne avtaletypen, kan man se på prisforskjellene mellom spotprisavtaler som blir tilbudt av samme leverandør.

Tabell 6.1 viser påslagene fra billigste til dyrest for hver leverandør som tilbyr over en landsdekkende spotprisavtale. Avtalene er også delt opp i to kategorier, spotprisavtaler med og uten meldeplikt.

⁷³ Se tabell 8.3 i appendiks.

⁷⁴ Fortum tilbyr fem landsdekkende og to regionale spotprisavtaler den 03.06.2014

Tabell 6.1

Prisdiskriminering innenfor spotprisavtalene

Alle leverandører som tilbyr over en landsdekkende spotprisavtale - variasjonsbredde mellom avtalene

| Dato 03.06.2014 | Påslag ved et forbruk på 20000KWh | | | | | | Antall avtaler per leverandør | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|------|------|---------------------------------|------|------------------|-------------------------------|-------------|---------------|---|
| | Meldepliktige Spotprisavtaler | | | Spotprisavtaler uten meldeplikt | | Variasjonsbredde | | | | |
| Leverandør: | | | | | | | | | | |
| FJORDKRAFT AS | 0,83 | | | 4,04 | | | 3,21 | 2 | | |
| FORTUM MARKETS AS | 0,8 | 4,95 | | | 4,69 | 7,69 | 8,3 | 7,5 | 5 | |
| GUDBRANDSDAL ENERGI AS | 0 | 2,58 | 3,96 | 4,2 | 5,2 | | | 5,2 | 5 | |
| HAFSLUND STRØM AS | 0,96 | | | 4,39 | | | 3,43 | 2 | | |
| HELGELANDSKRAFT AS | 2,94 | | | 2,7 | 3,94 | | | 1,24 | 3 | |
| HURUM KRAFT AS | | | | | 2,7 | 3,49 | | | 0,79 | 2 |
| ISHAVSKRAFT AS | | | | | 2,93 | 4,64 | | | 1,71 | 2 |
| KRAFTINOR AS | 0 | 3,38 | | | 7,06 | | | 7,06 | 3 | |
| LYSE ENERGISALG AS | | | | | 5,12 | 5,9 | | | 0,78 | 2 |
| LÆRDAL ENERGI AS | 3,75 | | | 3,93 | 4,35 | | | 0,6 | 3 | |
| NTE MARKED AS | 2,45 | | | 4,35 | | | 1,9 | 2 | | |
| RAUMA ENERGI KRAFT AS | 1 | | | 6,48 | | | 5,48 | 2 | | |
| RINGERIKS-KRAFT STRØM AS | | | | | 1,83 | 2,9 | | | 1,07 | 2 |
| SFE KRAFT AS | 1,98 | | | 3,44 | | | 1,46 | 2 | | |
| SKS KRAFTSALG AS | 2,5 | 4 | | | | | 1,5 | 2 | | |
| STANGE ENERGI MARKED AS | 2,48 | | | 6,25 | 7,65 | 9,75 | | | 7,27 | 4 |
| SVØRKA ENERGI AS | 3,65 | | | 4,89 | | | 1,24 | 2 | | |
| TAFIJORD MARKED AS | 2,3 | | | 2,55 | | | 0,25 | 2 | | |
| TELINET ENERGI AS | 0 | 4,94 | | | 3,05 | 5,94 | | | 5,94 | 4 |
| TUSSA-24 AS | | | | | 5,4 | 6,05 | | | 0,65 | 2 |
| USTEKVEIKJA ENERGI AS | 0,79 | 1,01 | 3,81 | | | 4,64 | | | 3,85 | 4 |
| ØVRE EIKER STRØM AS | | | | | 3,67 | 4,17 | | | 0,5 | 2 |
| Gjennomsnitt | | | | | | | | 2,85 | Totalt | |
| | | | | | | | | | 59 | |

Kilde: Konkurransetilsynet og leverandørenes nettsider

Det er totalt 37 leverandører som tilbyr landsdekkende spotprisavtaler, der 22 av disse tilbyr over en landsdekkende spotprisavtale⁷⁵. Så majoriteten av leverandørene som tilbyr spotprisavtale på landsbasis utfører prisdiskriminering til en viss grad. Leverandørene som tilbyr fire eller flere spotprisavtaler utfører prisdiskriminering i stor grad. Både Ustekveikja, Teline, Stange, Gudbrandsdal, og Fortum tilbyr fire eller flere avtaler. Variasjonsbredden for hver enkelt av disse leverandørene ligger på mellom 3,85 øre/KWh og 7,5 øre/KWh. Gjennomsnittlig variasjonsbredde per leverandør er 2,85 øre/KWh. Dette vil utgjøre nesten 600 kroner i året for en kunde som velger den dyreste avtalen av leverandøren i stedet for den billigste⁷⁶. I tillegg har spotprisavtalene uten meldeplikt veide spotpriser. Noe som vil gjøre variasjonsbredden større enn det som vises i tabellen.

Jeg har gått mer i detalj på enkelte leverandører som utfører prisdiskriminering. Gudbrandsdal Energi, Kraftinor AS og Teline AS tilbyr i uke 21 i 2014, hver sin

⁷⁵ Se tabell 8.3 i appendiks.

⁷⁶ $0,0285 * 20000 = 570$

landsdekkende spotprisavtale med påslag lik null (konkurransetilsynet, 2014a). Det er overraskende at enkelte leverandører er villige til å tilby såpass billige strømvavtaler. Spesielt etter innføringen av elsertifikatene i 2012. Dette er avtaler som tilbys med klare negative marginer.

Tabell 6.2

Prisdiskriminering hos Teline Energi AS

Uke 21 2014

| Avtalenavn | Påslag Inkl. mva | | Påslag i kroner ved forbruk på 20000 kWh/år | Meldepliktig Avtale | Gebyr ved oppstart/opsigelse |
|------------------------|------------------|-----------------|---|---------------------|------------------------------|
| | Påslag (øre/KWh) | Fastbeløp kr/år | | | |
| Teline Spotpris Online | 0 | 0 | 0 | Ja | 0 |
| Teline Spotpris | 2 | 588 | 988 | Ja | 0 |
| Markedskraft | 1,1 | 390 | 610 | Nei | 90 |
| Strøm til innkjøpspris | 0 | 1188 | 1188 | Nei | 90 |

Kilde: Konkurransetilsynet og Teline Energi AS (2014d)

Tabell 6.2 viser prisdiskriminering av Teline Energi AS. Det tilbys hele fire avtaler som skal følge spotprisen på Nord Pool Spot. Alle avtalene er tilgjengelig gjennom nettsiden til Teline, men bare to er meldepliktige. Det som skiller billigproduktet «Teline Spotpris Online» fra de tre andre er at det må inngås avtale om e-faktura og avtalegiro. Hvis ikke dette er gjort innen en måned fra mottak av første faktura, vil kunden bli overført til den langt dyrere avtalen «Teline Spotpris» (Konkurransetilsynet, 2014a). På denne måten kan Teline også tjene penger på de prisbevisste kundene som glemmer å inngå avtale om e-faktura og avtalegiro.

«Strøm til innkjøpspris», Telines dyreste spotprisavtale, er den Teline velger å markedsføre hardest på nettsiden sin. Det er denne avtalen som blir anbefalt med store bokstaver på Telines hovedside og som er tilgjengelig gjennom Telines «skrapelodd-kampanje» (Teline Energi AS, 2014b). Teline skriver om «Strøm til innkjøpspris» i produktbeskrivelsen sin: «ønsker du lav strømpris uten skjulte kostnader er dette et svært godt valg» (Teline Energi, 2014a)⁷⁷. Ironisk nok vil dette spotprisproduktet være det klart dårligste valget blant Telines spotprisavtaler.

⁷⁷ Dette utsagnet blir også nevnt om avtalene «Teline Spotpris» og «Teline Spotpris Online», men ikke om «Markedskraft» (Teline Energi, 2014c).

Gudbrandsdal Energi og Kraftinor AS tilbyr spotprisavtalene «Kvitfjell World Cup Social Spot» og «Kraftinor Lavpris Mobil» som også har påslag lik null⁷⁸. Disse to leverandørene «skjuler» avtalene ved å ikke gjøre de tilgjengelig gjennom hjemmesidene deres. I stedet må begge to bestilles via henholdsvis en Facebook-side og en mobilapplikasjon (Konkurransetilsynet, 2014a). Slik slipper begge leverandørene å tilby disse produktene til en stor andel kunder som bare bruker hjemmesidene.

Det kan tenkes at disse tre leverandørene har baktanker med «nullpåslag-avtalene». Kanskje etter de har kapret så mange prisbevisste kunder som mulig, vil de etterhvert legge til et påslag i øre/KWh. Eller kanskje de bestemmer seg for å slette «nullpåslag-avtalen» for å kunne overføre kundene til dyrere avtaler. Dette kan også være en strategi for svekke andre leverandører ved å «stjele» mange kunder fra andre konkurrenter.

Tabell 6.3

Prisdiskriminering hos Stange Energi Marked AS

Uke 24 2014

| Avtalenavn | Påslag Inkl. mva | | Påslag i kroner ved forbruk på 20000 KWh/år | Meldepliktig Avtale | Gebyr ved oppsigelse |
|------------------|------------------|-----------------|---|---------------------|----------------------|
| | Påslag (øre/KWh) | Fastbeløp kr/år | | | |
| Stange e-spot | 2,48 | 0 | 496 | Ja | 39 |
| Stange Innpris | 3,85 | 480 | 1250 | Nei | 0 |
| Stange GrønnSpot | 7,35 | 480 | 1950 | Nei | 0 |
| Stange Flexislot | 6,15 | 300 | 1530 | Nei | 0 |

Kilde: Konkurransetilsynet og Stange Energi AS (2014a)

Jeg har også sett spesifikt på spotprisavtalene til Stange Energi AS⁷⁹. Som tabellen viser vil en kunde få en veldig varierende strømregning avhengig av hvilken strømvtale som velges hos Stange Energi. «Stange Innpris», «Stange e-post» og «Stange Grønnsport» er alle veldig like i forhold til avtalevilkår (Stange Energi, 2014c). Ved alle tre avtalene må det opprettes e-faktura og avtalegiro⁸⁰. Det eneste som skiller dem er at «Stange e-post» må bestilles via internett og «Stange Grønnsport» har en opprinnelsesgaranti som tilsier at strømmen er utelukkende blitt produsert ved bruk av 100% fornybare energikilder. Kundene kan maks være tilknyttet «Stange e-spot» i et år. Etter dette bli de overført til «Stange Innpris». Slik kan Stange Energi oppnå større profitt på kunder som ikke bytter til ny leverandør etter endt

⁷⁸ Her kreves det også inngåelse av e-postfaktura/e-faktura og avtalegiro. Hvis ikke dette blir gjort i tide påløper det gebyrer (Konkurransetilsynet, 2014a).

⁷⁹ Avtalen «Stange Smartspot» har jeg valgt å definere som en «spesialavtale» og ikke en spotprisavtale. Denne avtalen er heller ikke landsdekkende i motsetning til avtalene i tabell 6.3 (Stange Energi, 2014b).

⁸⁰ Det påløper et gebyr på 39 kroner i måneden hvis ikke denne betingelsen er oppfylt (Stange Energi, 2014c).

avtaletid med «Stange e-post». Det som skiller «Stange Flexispot» fra de tre andre er at det ikke er krav om elektronisk fakturering.

Dette er et eksempel på en leverandør som utfører åpenbar prisdiskriminering. Stange Energi som mange andre leverandører tilbyr en meny av avtaler som er tilpasset kunder med ulike preferanser. «Stange e-post» er ment for prisbevisste kunder. «Stange Innpris» markedsfører Stange som deres bestselger og er ment for lite prisbevisste kunder. For kunder som foretrekker papirfaktura foran elektronisk fakturering tilbys «Stange Flexispot». Den siste og dyreste av Stanges avtaler, «Stange Grønnsplot» er rettet mot miljøbevisste kunder.

Andregrads prisdiskriminering innenfor avtalene med variabel pris

Det blir også utført prisdiskriminering innenfor avtaletypen variabel pris. Dette er den avtaletypen som mange eldre kunder har hatt over lengre tid. Så det kan tenkes at avtaletypen blir brukt til å utnytte kunder som aldri har byttet strømvtales. Denne avtaletypen brukes ikke like aktivt til prisdiskriminering på landsdekkende basis. Blant de 62 leverandørene som tilbyr avtaler med variabel pris den 04.06.2014, er det 1,66 avtaler med variabel pris i snitt per leverandør⁸¹. Men bare åtte leverandører tilbyr over en landsdekkende avtale med variabel pris⁸².

Tabell 6.4

Prisdiskriminering mellom avtaler med variabel pris

Alle leverandører som tilbyr over en landsdekkende avtale med variabel pris - variasjonsbredde mellom avtalene

| Dato 04.06.2014 | Strømpris ved et forbruk på 20000KWh | | | | | | Antall avtaler per leverandør | |
|------------------------|--------------------------------------|-------|-------|------|-------|---------------------------------------|-------------------------------|------------------|
| | Meldepliktige Variabel pris avtaler | | | | | Variabel pris avtaler uten meldeplikt | | Variasjonsbredde |
| GUDBRANDSDAL ENERGI AS | 19,95 | 33,9 | 34,5 | 35,5 | 36,65 | | 16,7 | 5 |
| HAFSLUND STRØM AS | 29,8 | | | | | 33,9 | 4,1 | 2 |
| LOS AS | | | | | | 35,98 37,97 37,98 | 2 | 3 |
| NORGESENERGI AS | 26,99 | 32,99 | | | | 33,99 | 7 | 3 |
| STRANDA ENERGI AS | 34,35 | | | | | 40,65 | 6,3 | 2 |
| TELINET ENERGI AS | 19,95 | 36,95 | | | | | 17 | 2 |
| TUSSA-24 AS | 28,7 | | | | | 40,6 | 11,9 | 2 |
| USTEKVEIKJA ENERGI AS | 19,95 | 32,85 | 34,95 | | | | 15 | 3 |
| Gjennomsnitt | | | | | | | 10,00 | Totalt |
| | | | | | | | | 22 |

Kilde: Konkurransetilsynet og leverandørens nettsider

Disse åtte utfører andregrads prisdiskriminering i stor grad. Man kan se at variasjonsbredden mellom avtalene til flere av leverandørene er veldig høy. Gjennomsnittlig variasjonsbredde

⁸¹ Se tabell 8.4 i appendiks.

⁸² Det er 14 leverandører som tilbyr over en regional avtale med variabel pris, men jeg har avgrenset oppgaven innenfor dette temaet (prisdiskriminering) til de landsdekkende avtalene.

er 10 øre/KWh. Byttekostnadene er ikke store når man bytter til annen avtale av samme leverandør. Så mange av kundene med de dyreste avtalene med variabel pris har mye å tjene på å bytte over til en av leverandørens billigere avtaler.

Tabell 6.5

Prisdiskriminering hos Gudbrandsdalen Energi

2011 - Uke 21 2014

| Avtaler | Årlig pris ved forbruk av 20000 KWh | | | |
|------------------------------|-------------------------------------|------------|-------------|-----------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 (uke 1-21) |
| NM Ski Gålå 2014 | | | | 3085 |
| Kvitfjell world cup variabel | | | 7425 | 3821 |
| Variabel | 12275 | 7824 | 8895 | 4131 |
| Variabel Lavpris | 11738 | 7376 | 8779 | 4087 |
| Variabel Lavpris Akonto | 10463 | 7041 | 8818 | 4037 |
| Variasjonsbredde | 1812 | 783 | 1470 | 1046 |

Kilde: Konkurransetilsynet⁸³

Gudbrandsdalen Energi tilbyr hele fem landsdekkende avtaler med variabel pris i uke 21 i 2014. Gudbrandsdalen Energi har utført prisdiskriminering i stor grad siden 2011 gjennom avtalene med variabel pris. Spesielt i de første 21 ukene i 2014 der variasjonsbredden er over 1000 kroner på under et halvt år. «Variabel» er leverandørens dyreste avtale og vil sannsynligvis være utbredt blant kunder som aldri har byttet strømvtale og som er lite prisbevisste. Særlig når det finnes fire andre varianter av samme avtaletype i 2014 som er billigere. «Variabel» er den eneste av disse fem som ikke bare kan bestilles over internett. Så denne avtalen ser ut til å være rettet mot kunder som bestiller strøm over telefon (Konkurransetilsynet, 2014b).

Alle fem avtalene er ganske like når det kommer til vilkår. Det eneste som skiller en av avtalene fra de andre er at «Variabel Lavpris Akonto» betales forskuddsvis i fakturaperioden, mens de andre betales etterskuddsvis. «NM Ski Gålå» og «Kvitfjell World Cup variabel» skilte seg i utgangspunktet ut ved at kundene som valgte en av disse produktene ble med i en kampanje. «NM Ski i Gålå» kunder fikk være med på en trekning av to iPad, mens kundene som valgte «Kvitfjell World Cup variabel» fikk gratis inngang til World Cup rennene på Kvitfjell. Disse to kampanjene er nå over, noe som gjør begge avtalene, samt avtalen «variabel» helt identiske utenom strømprisen (Gudbrandsdalen

⁸³ Siden avtalene er meldepliktige kan de enkelt sammenlignes historisk gjennom konkurransetilsynets «sammenlign priser historisk».

Energi, 2014). Gudbrandsdalen Energi kan tilby alle disse avtalene siden mange kunder ikke sammenligner avtalepriser. Kundene er sannsynligvis ikke klar over at andre avtaler tilbudt av samme leverandør er billigere.

6.1.2 Tredjegrads prisdiskriminering

Noen kraftleverandører setter prisene sine etter hvilken kommune kunden mottar strøm. Dette er en form for tredjegrads prisdiskriminering.

Von Der Fehr & Hansen (2009) og Sunde (2011) argumenterte at leverandørene vil kunne tjene på å opprettholde høye priser på regionale avtaler med variabel pris, som enkelte kunder har hatt helt siden tiden før spotprisavtalene ble introdusert. Siden det fortsatt er eldre kunder som aldri har byttet strømvtale. Dyre regionale avtaler vil ikke være særlig attraktive for prisbevisste kunder. Så det noen fåtalls leverandører gjør, er og i tillegg tilby andre billigere avtaler med variabel pris som er landsdekkende. Slik kan de fortsette å tilby dyre avtaler til kundene i sitt gamle «monopolområde», samt konkurrere om prisbevisste kunder på landsbasis med billigere avtaler. Dette vil leverandørene gjøre siden det forventes at kunder i det lokale nettområde er mindre prissensitive ovenfor leverandørens priser⁸⁴.

Et godt eksempel er Hafslund Strøm AS som har gammelt «monopolområde» der Hafslund Nett AS overfører strøm til kunder⁸⁵. Hafslund tilbyr avtalen «Direkte Variabelpris» i hele landet, mens den langt dyrere avtalen «Variabelpris» bare blir tilbudt i nettområde der Hafslund Nett AS overfører strøm (Konkurransetilsynet, 2014d)⁸⁶. Hafslund har lite å tjene på å tilby «Variabelpris» i nye geografiske områder, siden dette er en avtale nye prisbevisste kunder ikke vil vurdere å bytte til. Hafslund er tidligere blitt brukt som eksempel på tredjegrads prisdiskriminering (sunde 2011). Hvor det også ble vist at det er stor prisforskjell mellom Hafslunds to avtaler med variabel pris

⁸⁴ Se kapittel 3.2.3 om tredjegrads prisdiskriminering. 56% av landets strømkunder sier at de ville ha valgt den lokale leverandøren dersom de skulle velge kraftselskap i dag (TNS Gallup, 2014).

⁸⁵ Hafslund Nett AS er Norges største nettområde med over 500000 kunder. Tall over antall kunder i hvert nettområde ble tilsendt meg over e-post fra førstekonsulent i NVE (Andersson, e-post, 30.Mai, 2014).

⁸⁶ Hafslund Nett har en oversikt over kommunene de overfører strøm til (Hafslund Nett, 2014).

Tabell 6.6**Prisdiskriminering hos Hafslund Strøm AS**

| Avtaler | Årlig pris ved forbruk av 20000 KWh | | |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 |
| Direkte Variabelpris | 10296 | 5599 | 7673 |
| Variabelpris | 12551 | 7723 | 8964 |
| Variasjonsbredde | 2255 | 2124 | 1291 |

Kilde: Konkurransetilsynet⁸⁷

Prisdiskrimineringen Hafslund utfører ovenfor noen av kundene sine i nettområde til Hafslund Nett er stor. Prisforskjellene mellom disse to avtalene har vært enda større de siste årene i forhold til årene før (Sunde 2011, s.24). Akkurat hvor mange kunder som er tilknyttet «Variabelpris» er usikkert, men det kan tenkes at det er mange siden over 70% av strømkunder i landet bruker den dominerende leverandøren i sitt nettområde⁸⁸. Det eneste som skiller disse to avtalene er at det ikke kreves bruk av e-faktura og avtalegiro ved inngåelse av «Variabelpris» (Konkurransetilsynet, 2014d). Hafslund utnytter det faktum at mange foretrekker den lokale leverandøren og at kunder ikke sammenligner prisen de betaler opp mot andre priser.

Leverandøren Eidsiva Marked AS utfører samme type prisdiskriminering i prisområde Oslo (NO1). Dette gjør de ovenfor kundene som får overført strøm fra Eidsiva Nett AS. Avtalen «standard» blir tilbudt i samtlige 103 kommuner i prisområde NO1, mens avtalen «Standard variabel pris» bare blir tilbudt i 22 av kommunene i samme prisområde (Konkurransetilsynet, 2014e)⁸⁹. Akkurat som Hafslund opprettholder Eidsiva en høy pris på avtalen som bare er tilgjengelig i nettområde til Eidsiva Nett AS, mens de samtidig tilbyr en billigere avtale i hele prisområde for å kunne tiltrekke nye kunder.

⁸⁷ Prisene er funnet via «Sammenlign priser historisk».

⁸⁸ Jamfør kapittel 5.1.2 om lokal markedsmakt.

⁸⁹ 19 av disse kommunene får overført strøm fra Eidsiva Nett AS (Eidsiva Nett, 2014).

Tabell 6.7**Prisdiskriminering hos Eidsiva Marked AS**

| Avtaler | Årlig pris ved forbruk av 20000 KWh | | |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 |
| eStandard | 10244 | 5323 | 7401 |
| Standard variabel pris | 11685 | 7289 | 8902 |
| Variasjonsbredde | 1441 | 1966 | 1501 |

Kilde: Konkurransetilsynet⁹⁰

Tabellen viser at Eidsiva driver tredjegrads prisdiskriminering mellom kundene sine i prisområde NO1. Prisforskjellene har vært store de siste årene mellom disse to avtalene. Overraskende har ikke «Standard variabel pris» bedre vilkår enn «estandard». På toppen av dårligere pris er vilkårene også mindre gunstig for kunden. Det som skiller disse to er at kundene med et forbruk på over 8000 KWh i året som har «Standard variabel pris», må betale strømgjengen forskuddsvis i stedet for etterskuddsvis (Konkurransetilsynet, 2014e)⁹¹.

Denne prisstrategien er ment for å utnytte eldre kunder med avtaletypen variabel pris. Den dyre avtalen blir tilbudt til kunder i nettområde der leverandøren lenge har vært dominerende. Dette vil være en avtale med eldre kunder som aldri har byttet strømvtales og som foretrekker den lokale leverandøren. Samtidig oppretter leverandøren en lavprisversjon rettet mot prisbevisste kunder over et større geografisk område.

6.2 Villedende markedsføring

En kunde med tillit til det leverandørene skriver på hjemmesidene kan ende opp med en langt dyrere avtale enn nødvendig. Enkelte leverandører markedsfører sine dyreste produkter i større grad enn de billigste. «Spesialavtalene» som flere leverandører anbefaler er vanskelig å sammenligne med andre avtaler og er ikke særlig konkurransedyktige. Noen leverandører er opptatt av å fremstille sine dyreste spotprisavtaler som de beste og mest populære, samt drives det kampanjer av enkelte leverandører der kundene blir tilbudt gavekort og andre goder mot at kunden binder seg til en av leverandørens dyreste avtaler.

⁹⁰ Prisene er funnet via «Sammenlign priser historisk».

⁹¹ Begge avtalene krever elektronisk fakturering.

6.2.1 Markedsføring av dyre spotprisavtaler

Spotprisavtalen har historisk sett vært den billigste avtaletypen. Dette er mange kunder klar over⁹². Det blir tilbudt spotprisavtaler med pris rundt marginalkostnad og enkelte leverandører tilbyr avtaler med negative marginer. Fortsatt betaler en gjennomsnittlig kunde med spotprisavtale langt over marginalkostnad⁹³. Dette kan være et resultat av markedsføringen til leverandørene.

Fjordkrafts spotprisavtaler

Fjordkraft tilbyr to spotprisavtaler, «Garantert Innkjøpspris» og «Fjordkraft Spotpris» (Fjordkraft, 2014c)⁹⁴. Prisforskjellen mellom avtalene er stor. For «Fjordkraft Spotpris» betaler kunden et påslag på 0,83 øre/KWh på toppen av uveid spotpris. I kontrast betaler kunden med «Garantert Innkjøpspris» et påslag på 1,7 øre/KWh pluss et fastbeløp på 39 kroner måneden. Hvis man legger til 50 øre/KWh som er merkostnaden ved Fjordkrafts veide spotpris, vil en kunde med «Garantert Innkjøpspris» betale nesten 750 kroner mer i året enn de med «Fjordkraft Spotpris»⁹⁵. For en kunde som ikke sammenligner prisene mellom disse to avtalene vil «Garantert Innkjøpspris» kunne virke som den mest gunstige avtalen. For det første er «Garantert Innkjøpspris» den eneste av disse to med «fornøydgaranti». Fjordkraft lover at hvis kunden ikke er 100% fornøyd de tre første månedene med avtalen, vil kunden få pengene tilbake (Fjordkraft, 2014d). Blant Fjordkrafts Youtube-videoer er også denne avtalen den eneste spotprisavtalen som får oppmerksomhet (Fjordkraft, 2014e). Navnet på avtalen er også mer tiltrekkende for kunder. Når avtalen kalles «Garantert innkjøpspris» vil trolig mange kunder få inntrykk av at alt de betaler er innkjøpspris og at avtalen er svært konkurransedyktig. Noe som er langt fra sannheten. Hadde denne avtalen vært med i kraftprisoversikten hadde den vært en av de dyreste i oversikten. «Fjordkraft Spotpris», som er Fjordkrafts desidert billigste spotprisavtale blir beskrevet av Fjordkraft som «en enkel og rimelig strømvtale», ikke en beskrivelse som gir

⁹² Jamfør Figur 5.2 i kapittel 5.1.1

⁹³ Jamfør Figur 5.9 i kapittel 5.2.2

⁹⁴ Fjordkraft tilbyr også «Strøm til innkjøpspris», men denne avtalen blir tilbudt som en del av kampanjen «Spotexperten» (Fjordkraft, 2014b).

⁹⁵ $(0,017-0,0083+0,005) * 20000 + 39 * 12 = 742$ kroner

inntrykk av hvor mye billigere denne er i forhold til Fjordkrafts andre produkter (Fjordkraft, 2014f)⁹⁶. Fjordkraft driver med villedende markedsføring, noe de tidligere har fått kritikk for i media (Gillesvik & Valland, 2014). Til tross for at «Fjordkraft spotpris» er den klart billigste spotprisavtalen, er «Garantert Innkjøpspris» Fjordkrafts bestselger og ifølge Fjordkraft den mest populære strømvartalen med 175000 kunder⁹⁷. Så Fjordkraft oppnår høye merinntekter med å markedsføre «Garantert innkjøpspris» i større grad enn «Fjordkraft Spotpris».

Innkjøpspris

En interessant observasjon er at ordet «innkjøpspris» går igjen i avtalenavnet til veldig mange av de dyreste spotprisavtalene, men ikke blant de billigste. Utenom NTE's «lav innkjøpspris», er det ingen av de landsdekkende avtalene i kraftprisoversikten som heter noe med innkjøpspris (Konkurransetilsynet, 2014a). I motsetning til dette heter Fjordkrafts to dyreste spotprisavtaler, «Garantert innkjøpspris» og «Strøm til innkjøpspris», samt heter Telinet Energi og Norges Energi sine dyreste spotprisavtaler «Strøm til innkjøpspris». Andre eksempler er Svorka Energi, Stange Energi, og Ustekveikja Energi som alle kaller sin dyreste spotprisavtale noe med innkjøpspris. Jeg finner ingen leverandører som tilbyr over en spotprisavtale som kaller sin dyreste avtale noe med innkjøpspris. Dette er et ord alle kundene forstår og mest sannsynlig assosierer med en lav pris. Så ved å bruke dette ordet i avtalenavnet på spotprisavtalen med høyest påslag, gjør leverandørene det mer sannsynlig at kunden ender opp med en dyr avtale.

6.2.2 Kampanjer

Enkelte leverandører bruker kampanjer for å binde kunder til dyre avtaler. En kampanje som går igjen blant noen leverandører, er at det tilbys gavekort mot at kunden binder seg over lengre tid til en av leverandørens dyreste avtaler. Leverandørene har også andre kreative kampanjer i håp om å lokke kundene til dyre avtaler.

⁹⁶ Fjordkrafts avtalevelger viser feil pris på «Fjordkraft spotpris» for kunder i Nord-Norge. Mva. er fjernet for «Garantert Innkjøpspris», men ikke for «Fjordkraft Spotpris». Dette kan lure kunder i Nord-Norge til å tro at «Garantert Innkjøpspris» er billigere (Fjordkraft, 2014a).

⁹⁷ Hvis man bruker Fjordkrafts avtalevelger til å få opp «Garantert innkjøpspris» kommer det opp, «Vår mest populære strømvartale. 175000 kunder har den i stikkontakten» (Fjordkraft, 2014a).

Norges Energi – «Bytt til Norges Energi i dag og få 500,- av Lefdal»

Norges Energi er et datterselskap av Hafslund og en av landets største strømlleverandører⁹⁸. De siste årene har Norges Energi hatt kampanjer i samarbeid med Lefdal og Elkjøp, der det gis ut gavekort mot at man velger en av Norges Energi sine avtaler. En av kampanjene som nå holdes gående er i samarbeid med Lefdal (Lefdal, 2014). Kunden får et gavekort på 500 kroner som kan brukes i alle Lefdals butikker, samt slipper kunden å betale en del av påslaget på spotprisavtalen «Strøm til innkjøpspris» de tre første månedene. Dette er mot at man binder seg til spotprisavtalen i minst ni måneder.

For å finne ut om det lønner seg å velge denne kampanjen i stedet for noen av Norges Energi sine andre avtaler, har jeg sammenlignet kampanjen med Lefdal opp mot Norges Energi sin billigste spotprisavtale, «Gul e-spot».

Tabell 6.8

Kampanjetilbud av Norges Energi

Uke 18 2014

| | Påslag Inkl. mva | | Påslag i kroner ved forbruk på 20000 KWh/år | Meldepliktig Avtale |
|---|------------------|-----------------|---|---------------------|
| | Påslag (øre/KWh) | Fastbeløp kr/år | | |
| Gul e-spot | 0 | 168 | 168 | Ja |
| Strøm til innkjøps pris | 2,35 | 564 | 1034 | Nei |
| Differanse (kroner) | | | 866 | |
| Verdi på gavekort og mindre påslag i år 1 | | | -617 | |
| Differanse i år 1 (kroner) | | | 249 | |

Kilde: Konkurransetilsynet og Lefdal

«Strøm til innkjøpspris» er en dyrere avtale enn «Gul e-spot». Kundene som velger denne kampanjen vil i løpet av de første 12 månedene betale 249 kroner mer enn kunder som velger «Gul e-spot»⁹⁹. I tillegg er det oppført i vilkårene til «Strøm til innkjøpspris» at spotprisen som brukes er veid (Norges Energi, 2014a). Dette vil utgjøre enda en merkostnad for kunder med strømavtalen «Strøm til innkjøpspris».

Denne kampanjen er rettet mot lite prisbevisste kunder og brukes av Norges Energi for å binde kunder til en relativt dyr spotprisavtale. Med kampanjen betaler ikke kundene så mye i

⁹⁸ Dette er også leverandøren med høyest vekst i antall kunder de siste 12 månedene (TNS gallup, 2014).

⁹⁹ Verdi av kampanjen i år 1: $866 - (500kr + (0,0235 * 20000) * 3/12) = 249$ kroner

løpet av første året i forhold til kunder med «Gul e-spot». Men de som fortsetter å ha «Strøm til innkjøpspris» i årene etter, vil ha en merkostnad på nesten 900 kroner årlig¹⁰⁰.

Telinet Energi – «Helt gratis strøm for nye kunder i hele sommer» og «skrapelodd-kampanjen»

Telinet Energi tilbyr syv forskjellige avtaler med stor variasjon i pris¹⁰¹. Teline har 10-års jubileum og vil markere dette jubileum med gode kampanjer (Telinet Energi AS, 2014b). De har nylig startet opp to kampanjer, men ingen av dem er særlig «gode».

Ved kampanjen «Helt gratis strøm for nye kunder i hele sommer», får kundene gratis strøm i Juni, Juli, og August mot at avtalen «Standard variabel pris» blir valgt (Telinet Energi, 2014e). De kundene som fortsetter på denne avtalen etter August, vil få en dyr strømrregning i ettertid. Telinets billigste avtale med variabel pris, «Telinet Online» er mer gunstig for kunden.

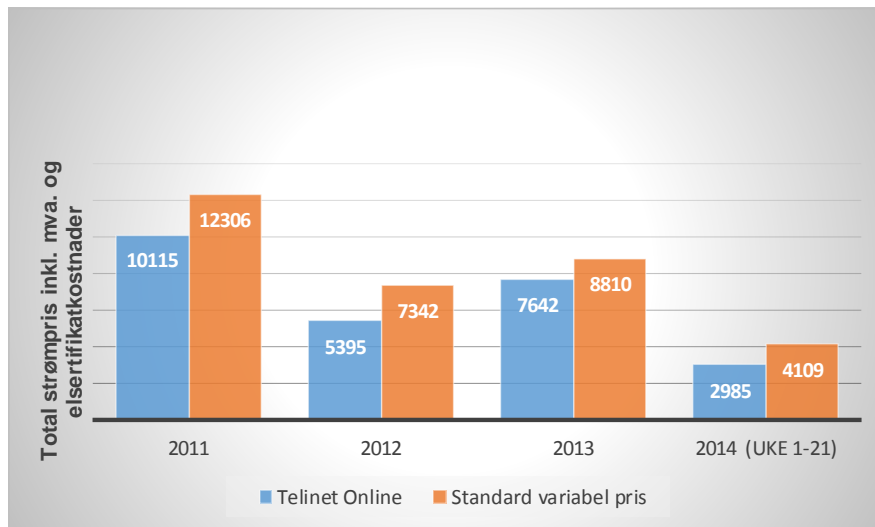
Figur 6.2 viser historiske strømpriser på Telinets to avtaler med variabel pris. Kunder med «Standard variabel pris» har betalt tusenvis av kroner mer de siste årene i forhold til kunder med «Telinet Online». Gitt at denne prisforskjellen fortsetter vil kunder som velger kampanjen fra Teline tape mye penger i lengden. Sommermånedene er ofte de med lavest spotpris på grunn av lavere etterspørsel etter kraft. Om sommeren brukes det også lite strøm av kundene i forhold til andre årstider. Så over et år vil Teline enkelt tjene inn pengene som brukes på å gi kundene gratis strøm i sommer.

¹⁰⁰ Jeg har ikke tatt stilling til at kunder som velger «Strøm til innkjøpspris» også gis muligheten til å kjøpe «Norgespakken» for 2,50 kroner per dag (nesten 1000 kroner i året). Dette er en pakke som kan gi kundene «gratis strøm» i inntil 4 måneder hvis de blir sykemeldt eller arbeidsledig, kompensasjon hvis kunden opplever strømskader og gratis energirådgivning (Norges Energi, 2014b).

¹⁰¹ Se tabell 8.3 og 8.4 i appendiks.

Figur 6.1**Årlig strømpris på avtalene «Telinet Online» og «Standard variabel pris»**

2011 - Uke 21 2014



Kilde: Konkurransetilsynet¹⁰²

Telinet har også en annen kampanje ment for å binde kunder til avtalen «Strøm til innkjøpspris». Dette er Telinets dyreste spotprisavtale med et fastbeløp på nesten 1200 kroner i året¹⁰³. Kampanjen heter «skrapelodd-kampanjen», der kunden kan «vinne» inntil 1200 KWh gratis strøm (Telinet Energi AS, 2014b). Det som gjør denne kampanjen lite attraktiv er at kunden må velge avtalen «Strøm til innkjøpspris» for å kunne ta imot gevinsten med gratis strøm. Hvor stor verdi 1200 KWh har for kunden vil være avhengig av hvor høy strømprisen er. Hvis man tar utgangspunkt i gjennomsnittlig systempris inkl. mva. for de tre siste årene, vil toppgevinsten i «skrapelodd-kampanjen» være verdt 450 kroner i året¹⁰⁴. Så over et år vil kunden tape mye penger på denne kampanjen i forhold til kundene som velger «Telinet Spotpris Online».

Fjordkraft har i starten av juni i 2014 flere avtalekampanjer. Både «Shell-avtalen», «Garantert fornøyd» og «Spotexperten» blir tilbudt, der kunden i tillegg til strømleveringen får henholdsvis billigere bensin, SAS Eurobonus-poeng, og gavekort på Expert. Ved

¹⁰² Prisene er funnet via «Sammenlign priser historisk».

¹⁰³ Jamfør tabell 6.2.

¹⁰⁴ Gjennomsnittlig systempris inkl. mva. for de tre siste årene er 37,45 øre/KWh (Nord Pool Spot, 2014b): $0,3745 * 1200 = 449$ kroner. Siden påslaget på avtalen bare består av et stort fastbeløp og ikke et variabelt vil ikke «skrapelodd kampanjen» ha effekt på noe annet enn spotprisen som betales.

inngåelse av «Spotexperten» får kunden et gavekort på Expert med verdi på 500 kroner mot at kunden binder seg til «Strøm til Innkjøpspris» i minst tre måneder (Fjordkraft, 2014b).

Tabell 6.9

Kampanjetilbud av Fjordkraft

Uke 24 2014

| | Påslag Inkl. mva. | | Påslag i kroner ved forbruk på 20000 kWh/år | Meldepliktig Avtale |
|-----------------------------------|-------------------|-----------------|---|---------------------|
| | Påslag (øre/KWh) | Fastbeløp kr/år | | |
| Fjordkraft Spotpris | 0,83 | 0 | 166 | Ja |
| Strøm til innkjøpspris | 2,28 | 468 | 924 | Nei |
| Differanse (kroner) | | | 758 | |
| Verdi på gavekort | | | -500 | |
| Differanse i år 1 (kroner) | | | 258 | |

Over et år er ikke denne kampanjen veldig dyr for kundene til Fjordkraft. Men for de som fortsetter med avtalen «Strøm til Innkjøpspris» over lengre tid, vil merkostnaden ligge på godt over 700 kroner i året i forhold til de som velger «Fjordkraft Spotpris».

Kampanjer er ment å gi gode tilbud til kunder. Noe som ikke er tilfelle i sluttbrukermarkedet for kraft. Enkelte leverandører bruker kampanjer for å kunne binde kunder over lengre tid til dyre avtaler. Kampanjene blir spesielt dyre for kundene som bruker lang tid før de bytter strømvavtale igjen.

6.2.3 Avtaler med pristak

Mange leverandører oppretter «spesialavtaler» som er utenom meldeplikten. Med «spesialavtaler», menes det avtaler som ikke er blant de tre «hovedavtalene». Den vanligste er spotprisavtalen med pristak, ofte kalt «prisgaranti» på nettsidene til leverandørene. Dette er en avtale som mange leverandører anbefaler på nettsiden sin og som tilsynelatende skal være gunstig for kunden. Det motsatte er tilfelle. Som oftest er avtaler med pristak de dyreste og er rettet mot lite prisbevisste kunder som er ukritisk til hva som står på leverandørens nettside.

Det ble tilbudt 28 avtaler med «pristak» den 03.06.2014¹⁰⁵. Denne avtaletypen er lik spotprisavtalene ved at den også skal følge spotprisen. Forskjellen er at disse avtalene også har et «pristak», som er ment å sikre kunden mot perioder der spotprisen er høy. Det som gjør denne avtaletypen ugunstig, er at pristaket ikke har stor nok verdi til å kunne kompensere for det høye påslaget som legges til avtalen. Dette er en type avtale som har blitt

¹⁰⁵ Se tabell 8.2 i appendiks.

kritisert i media de siste årene. Juridisk direktør i forbrukerombudet uttalte til nettsiden Dine penger: «Problemet med maksprisavtaler er at det er vanskelig for strømkundene å vurdere om det er gunstige eller ugunstige strømavtaler. Hvis du er ute etter billigst mulig avtale, er dette ikke avtalen for deg» (Nordstrøm, 2011).

Hafslund Strøm, Norges største selskap innen strømsalg tilbyr fire avtaler som er ment å følge spotprisen (Hafslund Strøm AS, 2014a). Blant disse avtalene tilbys avtalen «Maksprisgaranti» som lover pristak mot høye strømpriser. Nåværende pristak gjelder ut September og er på 49,90 øre/KWh. Så kunden vil maks betale 49,90 øre/KWh per måned frem til 1.oktober¹⁰⁶.

Tabell 6.10

Hafslunds spotprisavtaler

05.mai.14

| Avtalenavn | Påslag Inkl. mva | | Påslag i kroner ved forbruk på 20000 Kwh/år | Meldepliktig Avtale |
|--------------------------|------------------|-----------------|---|---------------------|
| | Påslag (øre/KWh) | Fastbeløp kr/år | | |
| webSpot | 0 | | 191 | 191 Ja |
| eSpot | 2 | | 479 | 879 Nei |
| Spot med prisovervåkning | 2,95 | | 599 | 1189 Nei |
| Maksprisgaranti | 4,95 | | 839 | 1829 Nei |
| Variasjonsbredde | | | | 1638 |

Kilde: Hafslund Strøm AS

«Maksprisgaranti» har et langt høyere påslag enn de andre avtalene. Det som tilsynelatende skal gjøre denne avtalen gunstig for kunden er ifølge Hafslund at avtalen, «Kutter pristoppene, følger spotprisen – men stopper ved avtalt makspris, og gir forutsigbarhet». Spørsmålet er da om maksprisgarantien er verdifull nok til å kunne rettfærdiggjøre en prisdifferanse på over 1600 kroner mellom den og Hafslunds billigste avtale, «webSpot».

Prisen som kundene betalte i april for «Maksprisgaranti» var 29,55 øre/KWh. Så gjennomsnittlig månedlig spotpris må nesten dobles i løpet av en periode på fem måneder, for at pristaket i det hele tatt skal kunne komme til anvendelse (Hafslund Strøm AS, 2014b). Så pristaket er ikke i nærheten verdifullt nok til å kunne rettfærdiggjøre den høye prisen på «Maksprisgaranti». Hafslund tilbyr også avtalen «Spot med prisovervåkning». Dette er en avtale på lik linje med andre spotprisavtaler. I Hafslunds beskrivelse av dette produktet

¹⁰⁶ Produktet «Makspris» har en maksimal strømpris per måned. Så månedsprisen inkludert påslaget skal aldri overstige det aktuelle pristaket. Pristaket gjelder ikke fastbeløpet på 69,90 kroner som betales per måned. Fastbeløpet kommer uansett i tillegg til spotprisen. Så denne «egentlige maksprisen» er 49,90/KWh + 69,90 kroner i måneden (Analytiker i Hafslund, e-post, 7.Juni, 2014).

skriver de «Vi sender kunden en anbefaling på e-post når våre analytikere mener det er fornuftig å vurdere en avtale om Maksprisgaranti» (Hafslund Strøm, 2014d). Dette produktet er ikke like dyrt som «Maksprisgaranti», men fortsatt en del dyrere enn Hafslunds andre spotprisavtaler. Hafslund drar fordel av at mange av kundene i strømmarkedet ikke er prisbevisste og tilbyr derfor avtaler med pristak og prisovervåkning for å kunne oppnå merinntekter.

I Hafslunds forsvar gis det i alle fall tilstrekkelig informasjon om påslagene og pristaket de benytter. Mange av leverandørene som tilbyr disse avtalene gir ikke informasjon på hjemmesidene om hvor lenge pristaket gjelder og det er eksempler på leverandører som ikke engang informerer om hvor høyt pristaket er. Det er også noen leverandører som ikke gir informasjon om hvor mye kunden må betale i ekstra påslag for pristaket. Alt dette gjør det svært vanskelig for kunder å sammenligne disse avtalene med andre avtaler. Folk flest er risikoaverse og vil unngå høye strømregninger, noe som mulig fører til at mange kunder velger avtaler med pristak. Dette utnytter leverandørene med høye påslag.

6.3 Avtaler uten meldeplikt

Formålet med kraftprisoversikten er å sikre kundene god prisinformasjon. Det står i forskriftene om meldeplikten for kraftpriser at «informasjon om priser til etterspørselssiden er en viktig forutsetning for effektiv konkurranse. For husholdningskunder er en oversikt over priser og andre vilkår i energimarkedet nødvendig for at de skal kunne treffe kjøpsbeslutninger ut fra sine behov» (Lovdata, 1997). Til tross for at det er over 16 år siden kraftprisoversikten ble opprettet har ikke konkurransen i sluttbrukermarkedet blitt god nok. Oversikten er svært gunstig for kunder som vil sammenligne og finne billige avtaler. Problemet er at over 50% av alle strømvavtaler er uten meldeplikt¹⁰⁷, samt er svært mange kunder på avtaler uten meldeplikt¹⁰⁸. Disse avtalene er åpenbart dyrere enn de med meldeplikt. Kraftprisoversikten er blitt en nettside kraftleverandørene bruker for markedsføre sine billigste avtaler til prisbevisste kunder. De lite konkurransedyktige strømvavtalene kommer sjeldent med i oversikten.

¹⁰⁷ Se tabell 8.2 i appendiks. 217 avtaler av 456 er med i kraftprisoversikten.

¹⁰⁸ I 2010 var rundt 60% av strømkundene i Norge på avtaler som ikke var meldepliktige (Pöyry, 2011).

6.3.1 Spotprisavtaler uten meldeplikt

Over 60% av alle spotprisavtalene var uten meldeplikt den 03.06.2014. Gjennomsnittlig forskjell i påslag mellom spotprisavtaler med og uten meldeplikt er cirka 1,75 øre/KWh i favør de meldepliktige avtalene¹⁰⁹. I tillegg til dyrere påslag er spotprisavtalene uten meldeplikt basert på et forbruksveid gjennomsnitt av månedsprisene på Nord Pool Spot. Dette danner et høyere prisgrunnlag før leverandørene legger på sitt påslag. En insider fra strømbransjen kritiserte Fjordkraft, LOS, og Hafslund for å veie spotprisen, «Det de gjør med innkjøpsprisen er at de veier spotprisen. Enkelt sagt kjører de spotprisen gjennom en kvern og får ut en dyrere pris, gjerne ett øre dyrere, og kan dermed gå bittelitt ned på påslaget. Kunden tror han har gjort en god deal, men faktum er det motsatte» (Solberg 2011).

I en rapport utarbeidet for NVE kalt «Analyse av priser og vilkår fra kraftleverandører i sluttbrukermarkedet» av Pöyry (2011), ble det beregnet at en husholdning som brukte 20000 kWh i 2010, ville i gjennomsnitt tape 660 kroner på en spotprisavtale uten meldeplikt i forhold til kunder med en meldepliktig avtale. Dette var et resultat av høyere påslag og veide spotpriser på avtalene uten meldeplikt. Samme rapport viste også at 77% av de norske strømkundene med spotprisavtale i 2010, hadde en avtale som ikke var med i kraftprisoversikten. Dette utgjorde en merkostnad på over 570 millioner kroner for kunder med spotprisavtale uten meldeplikt i 2010 (Pöyry, 2011).

Blant alle leverandørene er det bare Fjordkraft, Lyse, og Hålogaland kraft som viser en oversikt på nettsidene sine over de forbruksveide spotprisene de bruker. Så det er vanskelig for kundene å finne ut hvor mye ekstra de må betale for veide spotpriser.

Tabell 6.8 viser forskjellen mellom veide og uveide spotpriser. Fjordkraft er den leverandøren blant disse fire med dyrest spotpris. Kundene til Fjordkraft får en merkostnad på rundt 120 kroner som resultat av at de veier spotprisen¹¹⁰. De veide spotprisene har ikke gjort et like stort utslag hos de andre fem leverandørene.

¹⁰⁹ Jamfør figur 5.1 kapittel 5.2.1

¹¹⁰ $0,0057 * 20000 = 114$

Tabell 6.11**Årlig gjennomsnittlig differanse mellom veid spotpris fra enkelte leverandører og uveid spotpris på Nord Pool Spot**

Alle spotprisdifferansene er oppgitt i øre/KWh inkl. mva.

| Leverandører | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Fjordkraft (NO1-NO5) | | | 0,64 | 0,57 |
| Hålogaland kraft (NO4) | 0,43 | 0,38 | 0,43 | 0,23 |
| Helgelandskraft (NO1-NO5) | 0,29 | 0,28 | 0,35 | 0,32 |
| Hafslund (NO1) | 0,54 | 0,55 | 0,37 | 0,40 |
| Trollfjordkraft (NO4) | | | 0,37 | |
| Lyse (NO2) | 0,40 | 0,40 | 0,43 | 0,37 |
| Gjennomsnitt | 0,42 | 0,40 | 0,39 | 0,33 |

Kilde: Nord Pool Spot, leverandørenes nettsider¹¹¹ og data tilsendt over e-post¹¹²

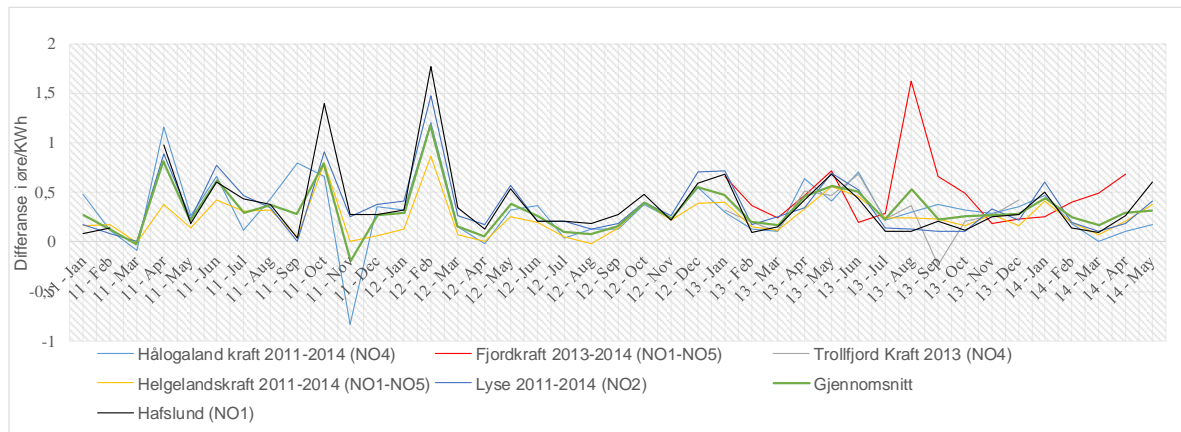
Veide spotpriser gir leverandørene en mulighet til å oppnå større profitt på allerede dyre avtaler uten meldeplikt. En merkostnad på rundt 100 kroner i året, er kanskje ikke mye penger for enkelte kunder. Men for leverandører med tusenvis av kunder vil veingen av spotprisen gi store merinntekter.

¹¹¹ <http://www.fjordkraft.no/Bedrift/kratpris/Historiske-kraftpriser/>, <http://www.hlk.no/hlk/cmshlk.nsf/pages/innkjopspris>, <http://www.lyse.no/stroem/innkjoespris/historikk/>.

¹¹² Hafslund, Helgelandskraft, og Trollfjordkraft sendte de volumveide spotprisene de bruker etter forespørsel over e-post.

Figur 6.2**Differansen mellom veid spotpris fra enkelte leverandører og uveid spotpris på Nord Pool Spot**

Januar 2011 - Mai 2014



Kilde: Nord Pool Spot, leverandørenes nettsider og data tilsendt over e-post

Figur 6.1 viser svingningen i differansen mellom veid spotpris fra enkelte leverandører og uveid spotpris. Man kan se at differansen er veldig varierende mellom ulike perioder. Noen fåtalls måneder er den veide spotprisen billigere enn den uveide, mens andre måneder er den veide spotprisen over 1,5 øre/kWh dyrere for enkelte leverandører. Disse spotprisene varierer også ganske mye mellom leverandørene i enkelte perioder, så det er åpenbart at leverandørene bruker ulike metoder når de veier spotprisen.

6.3.2 Virker kraftprisoversikten mot sin egen hensikt?

For prisbevisste kunder har kraftprisoversikten gjort sluttbrukermarkedet mer oversiktlig. Dette har økt konkurransen mellom de billigste avtalene i markedet, noe som har resultert i svært konkurransedyktige avtalepriser. Det er også blitt viktig for enkelte leverandører å vise at de er toppen av kraftprisoversikten (Fortum, 2014). Problemet er at svært mange kunder ikke bruker oversikten eller andre sammenligningsverktøy før de bytter til nye avtaler. Dette gjør at leverandørene kan opprettholde høye priser på andre avtaler som ikke er med i kraftprisoversikten.

I en rapport av Pöyry (2011, s.29) argumenteres det at kraftprisoversikten kan virke mot sin egen hensikt. Selv om oversikten gjør det lettere for enkelte kunder å finne de mest konkurransedyktige avtalene, gir den også leverandørene lett tilgjengelig informasjon om hverandres avtalepriser. Dette kan være med å begrense konkurransen mellom enkelte

leverandører. Når leverandøren vet at prisen den setter blir observert av andre leverandører i en prisoversikt, vil ikke leverandøren ha like store incentiver til å utføre en prisreduksjon. Siden dette vil kunne resultere i en priskrig mot andre konkurrenter.

7. Konklusjon

I denne oppgaven har jeg analysert sluttbrukermarkedet for kraft med vekt på strømvitalene som blir tilbudt av leverandørene. Målet med oppgaven har vært å gi et realistisk bilde over hvor konkurransedyktig sluttbrukermarkedet er. Samt finne ut i hvilken grad leverandørene drar fordel av lite prisbevisste kunder.

Til tross for at det tilbys svært konkurransedyktige strømvitaler betaler en gjennomsnittlig strømkunde langt over engrospris. Både av samme leverandør og mellom leverandørene tilbys det mange forskjellige strømvitaler med stor variasjon i pris. Prisbevisste kunder blir belønnet med konkurransedyktige priser, mens kundene som er lite prisbevisste må ofte betale langt over marginalkostnad.

For at leverandørene skal kunne maksimere profitten sin blir avtaler «skreddersydd» ulike kunder. For å dra fordel av eldre kunder som aldri har utført et avtalebytte, opprettholder leverandørene dyre priser på gamle avtaler med variabel pris. For å utnytte aktive kunder som er lite prisbevisste, blir det tilbudt dyre spotprisavtaler og «spesialavtaler», som leverandørene på best mulig måte prøver å markedsføre som gunstige avtaler. Det er også en andel prisbevisste kunder som bruker kraftprisoversikten og som sammenligner strømpriser. For å kunne konkurrere om disse blir det tilbudt svært billige avtaler som leverandørene hovedsakelig markedsfører via kraftprisoversikten på Konkurransetilsynets nettside.

Leverandørene bruker flere virkemidler for å kunne dra fordel av lite prisbevisste kunder. Disse virkemidlene er prisdiskriminering, avtaler uten meldeplikt og villedende markedsføring.

Referanser

- Baye, M. R., & Morgan, J. (2005, oktober 31). Information, Search, and Price Dispersion. *Handbook on Economics and Information*.
- BKK. (2014). *Leveringsplikt*. Hentet mai 2014 fra <http://www.bkk.no/privat/nettleie/leveringsplikt/>
- Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003, spring). Consumer Switching Costs: A Typology, Antecedents, and Consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, ss. 109-126.
- Church, J., & Ware, R. (2000). *Industrial Organization: A Strategic Approach*. New York: McGraw-Hill.
- Dalseg, E. (2011, januar 24). *Vil begjære Vitel konkurs*. Hentet mai 2014 fra Dinside.no: <http://www.dinside.no/860920/vil-begjaere-vitel-konkurs>
- Eidsiva Nett. (2014). *Nettutredninger*. Hentet juni 2014 fra <https://www.eidsivanett.no/Nett/nettleie/nettutredninger/>
- Energifakta. (2014). *Deregulering av det norske el-markedet*. Hentet fra <http://www.energifakta.no/documents/Oekonomi/Kraftmarked/deregulering.htm>
- Ericson, T., Halvorsen, B., & Hansen, P. V. (2009). *Hvordan påvirkes husholdningenes strømpris av endret spotpris?* SSB, Oslo.
- Ericson, T., Hansen, P. V., & Halvorsen, B. (2008). *Hvordan påvirkes strømprisene i alminnelig forsyning av endret spotpris?* SSB, Oslo-Kongsvinger.
- Europower. (2003, september 30). *Nordiske kraftpriser 44,6% høyere i 2003*. Hentet Mars 2014 fra <http://www.europower.com/Public/article185396.ece>
- Fjordkraft. (2014a). *Finn strømvartalen du bør velge*. Hentet mars 2014 fra <http://www.fjordkraft.no/Privat/Avtalevelger/>
- Fjordkraft. (2014b). *Spotexpert - Få gavekort på 500 kr fra Expert*. Hentet mai 2014 fra <http://www.fjordkraft.no/Privat/Stromavtaler/SpotExperten/>

Fjordkraft. (2014c). *Strømvavtaler*. Hentet mai 2014 fra

<http://www.fjordkraft.no/Privat/Stromavtaler/>

Fjordkraft. (2014d). *Fornøydgaranti - 100% fornøyd eller penger tilbake!* Hentet juni 2014

fra <http://www.fjordkraft.no/Privat/Fjordkraft-100-Fornoyd/>

Fjordkraft. (2014e). *Fjordkraft AS*. Hentet juni 2014 fra Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UC1HNu4kaSRVfGGn2MVb3EOA>

Fjordkraft. (2014f). *Fjordkraft Spotpris*. Hentet juni 2014 fra

<http://www.fjordkraft.no/Privat/Stromavtaler/spotpris/>

Fløtre, K. M. (2005, høsten). *Priser og kontrakter fra ulike kraftleverandører*. Universitetet i Bergen, Institutt for økonomi, Bergen.

Fortum. (2014a). *Avtalevilkår – Enkel*. Hentet juni 3, 2014 fra

http://www.fortum.no/Global/Markets%20dokumenter/Avtalevilk%C3%A5r/Enkel_avtalevilkar.pdf

Fortum. (2014b). *Strømvavtalen Topp 5 Garanti*. Hentet Juni 10, 2014 fra

<http://www.fortum.no/no/Strom-Privat/Stromavtaler--oversikt/stromavtalen-topp5-garanti/>

Gillesvik, K., & Valland, G. (2014, mai 29). *Anklages for villedende kraftreklame*. Hentet fra

bt.no: <http://www.bt.no/nyheter/okonomi/Anklages-for-villedende-kraftreklame-2804632.html?xtor=RSS-2#.U5-yYPmSyap>

Gudbrandsdalen Energi. (2014). *Variabel Kraftprisavtaler*. Hentet april 4, 2014 fra

<https://www.ge.no/no/kraftavtaler/variabel-kraftprisavtaler/>

Hafslund Nett. (2014c). *Hafslund Netts forsyningsområde*. Hentet juni 2014 fra

http://hafslundnett.no/omoss/artikler/les_artikkel.asp?artikkelid=1592

Hafslund Strøm. (2014d). *Vilkår Hafslund Strøm privat*. Hentet mai 2014 fra

<http://www.hafslund.no/vilkaar-privat>

-
- Hafslund Strøm AS. (2014a). *Hafslund før og nå - Elektrisitet som bærebjelke i mer enn 100 år*. Hentet 5 Mai, 2014 fra http://www.hafslund.no/omhafslund/hafslund_for_og_naa/7125
- Hafslund Strøm AS. (2014b). *Alle strømvavtaler*. Hentet mai 5, 2014 fra http://www.hafslund.no/strom/privat/alle_str_mvavtaler/12
- Hopkins, E. (2006, november). Price Dispersion. *New Palgrave Dictionary of Economics, 2nd edition*.
- Kolseth, K., & Matre, K. (1998). *Markedsrapport - Marginer i kraftmarkedet 1997/Husholdningsmarkedet 1998*. NVE. Hentet mai 2014 fra http://webby.nve.no/publikasjoner/dokument/1998/dokument1998_13.pdf
- Konkurransetilsynet. (2009). *Konkurransen i Norge - Kraftmarkedet*. Bergen. Hentet fra http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVaultFiles/id_1817/cf_5/Konkurransen_i_Norge.PDF
- Konkurransetilsynet. (2010a, juni 28). *Hvordan finner jeg kraftpriser der jeg bor? Veiledning til bruk av kraftprisdatabasen*. Hentet mars 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Hvordan-finner-jeg-kraftpriser-der-jeg-bor/>
- Konkurransetilsynet. (2011, mai 13). *Hvilke avtaler vises ikke på listen?* Hentet mars 5, 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Sporsmal-og-svar/Hvilke-produkter-vises-ikke-pa-listen/>
- Konkurransetilsynet. (2012, januar 3). *Er elsertifikatkostnadene inkludert i de innmeldte prisene?* Hentet mai 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Sporsmal-og-svar/Er-elsertifikatkostnadene-inkludert-i-de-innmeldte-prisene/>
- Konkurransetilsynet. (2014a). *Konkurransetilsynets kraftprisoversikt*. Hentet mars 5, 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/sjekk-kraftpriser/>

-
- Konkurransetilsynet. (2014b). *Informasjon om leverandører - Gudbrandsdal Energi*. Hentet april 4, 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Informasjon-om-leverandorer/?LeverandorID=41>
- Konkurransetilsynet. (2014c, Juli 12). *Rådata*. Hentet mai 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Radata/Feilmelding/>
- Konkurransetilsynet. (2014d). *Informasjon om leverandører - HAFSLUND STRØM AS*. Hentet mai 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Informasjon-om-leverandorer/?LeverandorID=43>
- Konkurransetilsynet. (2014e). *Informasjon om leverandører - Alle leverandørene på Konkurransetilsynets kraftprisoversikt*. Hentet mai 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Informasjon-om-leverandorer/>
- Konkurransetilsynet. (2014e). *Informasjon om leverandører - Eidsiva Marked AS*. Hentet Juni 2014 fra <http://www.konkurransetilsynet.no/no/kraftpriser/Informasjon-om-leverandorer/?LeverandorID=14>
- Lavik, R. (1987). *Prisbevissthet : en forundersøkelse blant forbrukere i Norge og Sverige*. Oslo. Hentet 22 mai, 2014 fra http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014040706208
- Lefdal. (2014, april 2). *Få 500 kr - NorgesEnergi*. Hentet april 20, 2014 fra <http://www.lefdal.com/cms/norges-energi/fa-500-kr-norgesenergi/#>
- LOS. (2014). *Dine fordeler som LOS-kunde*. Hentet mai 29, 2014 fra <http://www.los.no/los/fordel/LOSFordel/>
- Lovdata. (1997, desember 12). FOR-1997-12-12-1392: *Forskrift om meldeplikt for kraftpriser*. Hentet juni 10, 2014 fra Lovdata: <http://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1997-12-12-1392>
- Lundogco. (2010). *Egne prisområder som følge av flaskehals i nettet*. Hentet mars 5, 2014 fra <http://www.lundogco.no/no/LVK/Fagomrader/Kraftnett---Overforingsanlegg/Nettsystem-og-nivaer/Egne-prisomrader-som-folge-av-flaskehals-i-nettet/>

-
- Lundogco. (2013, juni 14). *Skatter og avgifter i kraftsektoren - oversikt*. Hentet mai 23, 2014 fra <http://www.lundogco.no/no/LVK/Fagomrader/Kraftskatt/Skatter-og-avgifter-i-kraftsektoren---oversikt/>
- McAfee, R. (2006). *Introduction to Economic Analysis - 7.3 Search and price dispersion*. Pasadena: California Institute of Technology.
- Modalen Kraftlag BA. (2014). *Modalen Kraftlag BA - En kraftleverandør for lokalsamfunnet*. Hentet juni 3, 2014 fra <http://www.modalenkraftlag.no/>
- Nord Pool Spot. (2014a). *Europe's leading power markets*. Hentet mars 8, 2014 fra http://www.nordpoolspot.com/Global/Download%20Center/Annual-report/Nord-Pool-Spot_Europe's-leading-power-markets.pdf
- Nord Pool Spot. (2014b). *Monthly Elspot prices*. Hentet mars 8, 2014 fra <http://www.nordpoolspot.com/Market-data1/Downloads/Historical-Elspot-prices/Monthly-Elspot-prices/>
- Nord Pool Spot. (2014c). *Elspot prices*. Hentet mai 18, 2014 fra <http://www.nordpoolspot.com/Market-data1/Elspot/Area-Prices/ALL1/Hourly/>
- Nordstrøm, J. (2011, november 1). *Styr unna rådyre strømvavtaler*. Hentet mai 2014 fra Webområde for Dine penger: <http://www.dinepenger.no/bruke/styr-unna-raadyre-stroemavtaler/10023392>
- Norges Energi. (2014a). *Spesialrabatter til våre kunder*. Hentet mai 29, 2014 fra <http://www.norgesenergi.no/Om-oss/Spesialrabatter-til-vare-kunder/>
- Norges Energi. (2014b). *Vilkår NorgesPakken*. Hentet april 20, 2014 fra http://www.norgesenergi.no/docs/Produktark/NorgesPakken_vilkaar.pdf
- NVE. (2010, mars 5). *Leveringsplikt*. Hentet mai 23, 2014 fra <http://www.nve.no/no/kraftmarked/sluttbrukermarkedet/leveringsplikt/>
- NVE. (2014a). *Elsertifikater*. Hentet mai 18, 2014 fra <http://www.nve.no/no/Kraftmarked/Elsertifikater/>

- NVE. (2014b, Mars 17). *Leverandørskifte*. Hentet februar 2014 fra <http://www.nve.no/no/Kraftmarked/Sluttbrukermarkedet/Leverandorskifte/>
- NVE. (2014c). *Hovedtall fra NVE sin leverandørskifteundersøkelse 4. kvartal 2013*. Hentet mai 2014 fra <http://www.nve.no/PageFiles/812/2013/4%20%20kvartal%202013%20Hovedtall%20fra%20NVEs%20leverand%C3%B8rskifteunders%C3%B8kelse.pdf>
- Pihl, R., & Vikøren, B. M. (2013, mai 8). *markedssegmentering*. Hentet mai 2014 fra Store norske leksikon: <http://snl.no/markedssegmentering>
- Pöyry. (2011). *Analyse av priser og vilkår fra kraftleverandører i sluttbrukermarkedet - Utarbeidet for Norges vassdrags- og energidirektorat*. Oslo. Hentet mars 2014 fra <http://www.nve.no/PageFiles/13509/Priser%20og%20vilk%C3%A5r%20fra%20kraftleverand%C3%B8rer.pdf>
- Regjeringen. (2004-2005). *Om konkurransepolitikken*. Hentet fra <http://www.regjeringen.no/nb/dep/nfd/dok/regpubl/stmeld/20042005/stmeld-nr-15-2004-2005-/9/4.html?id=406277>
- Regjeringen. (2008). *Kraftmarkedet*. Hentet fra http://www.regjeringen.no/upload/OED/pdf%20filer/Faktaheftet/EVfakta08/Evfakta08_kap07_no.pdf
- Regjeringen. (2008-2009). *Om lov om endringer i energiloven*. Hentet februar, 2014 fra <http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/dok/regpubl/otprp/2008-2009/otprp-nr-62-2008-2009-/3/1/2.html?id=554847>
- Rosvold, K. A. (2014, Mars 26). *Strømregning*. Hentet mai 10, 2014 fra Store norske leksikon: <http://snl.no/str%C3%B8mregning>
- Solberg, S. M. (2011, November 17). *Slik blir du lurt av strømselgerne*. Hentet mars 3, 2014 fra Nettavisen.no: <http://www.nettavisen.no/na24/3274510.html>
- Solem, L. K. (2013, Mai 2013). *Brukte kundenes penger på eiendom*. Hentet mai 2014 fra Dn.no: <http://www.dn.no/privat/privatokonomi/2013/05/17/brukte-kundenes-penger-pa-eiendom>

-
- SSB. (2011, April 19). *Energibruk i husholdningene, 2009*. Hentet mai 29, 2014 fra <http://www.ssb.no/energi-og-industri/statistikker/husenergi>
- SSB. (2013, April 11). *Familier og husholdninger, 1. januar 2013*. Hentet mars 3, 2014 fra <http://www.ssb.no/familie>
- SSB. (2014a). *Elektrisitetspriser - Kraftpris, nettleie og avgifter for husholdninger*. Hentet mars 25, 2014 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=KraftPrisNettAv&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=energi-og-industri&KortNavnWeb=elkraftpris&StatVariant=&checked=true>
- SSB. (2014b, Februar 25). *Elektrisitetspriser, 4. kvartal 2013 - Om statistikken*. Hentet mai 2014, 2014 fra <https://www.ssb.no/energi-og-industri/statistikker/elkraftpris/kvartal/2014-02-25?fane=om#content>
- SSB. (2014c). *Elektrisitetspriser - Lag egne tabeller og figurer*. Hentet mars 15, 2014 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=elkraftpris&CMSSubjectArea=energi-og-industri&checked=true>
- SSB. (2014d). *Elektrisitetspriser - Kraftpriser i sluttbrukermarkedet, etter kontraktstype (øre/kWh)*. Hentet mars 2014 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=KraftSluttbrukAarB&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=energi-og-industri&KortNavnWeb=elkraftpris&StatVariant=&checked=true>
- Stange Energi. (2014a). *Strømprodukter*. Hentet mai 2014 fra <http://www.stangeenergi.no/Str%C3%B8m.aspx>
- Stange Energi. (2014b). *Stange Smartspot*. Hentet mai 2014 fra <http://www.stangeenergi.no/Str%C3%B8m/Produkter/Smartspot.aspx>
- Stange Energi. (2014c). *Kontraktsvilkår mellom kunde og Stange Energi Marked AS for levering av kraft*. Hentet mai 2014 fra

<http://www.stangeenergi.no/Portals/0/Dokumenter/Vilk%C3%A5r%20STANGE%20E-%20SPOT%201%200.pdf>

Sunde, B. B. (2011, Våren). *Utnytting av kraftkunder i sluttbrukarmarknaden*. Norges Handelshøyskole, Bergen.

Telinet Energi. (2014a). *Strøm til innkjøpspris - Avtalevilkår*. Hentet mai 2014 fra <http://www.telinet.no/stromavtaler/strom-til-innkjopspris/>

Telinet Energi. (2014c). *Markedskraft*. Hentet mai 2014 fra <http://www.telinet.no/stromavtaler/markedskraft/>

Telinet Energi. (2014d). *Strømvavtaler*. Hentet Mai 5, 2014 fra <http://www.telinet.no/stromavtaler/>

Telinet Energi. (2014e). *Helt gratis strøm for nye kunder i hele sommer*. Hentet juni 7, 2014 fra <http://www.telinet.no/stromavtaler/sommerkampanje/>

Telinet Energi AS. (2014b). *elinet Energi lanserer skrapelodd-kampanje!* Hentet Mai 5, 2014 fra <http://skrapelodd.telinet.no/>

Thorsnæs, G. (2014, april 28). *Norges Befolkning*. Hentet juni 14, 2014 fra Store norske leksikon: http://snl.no/Norges_befolkning

TNS Gallup. (2011). *Energibarometeret - 4.kvartal 2011*. Oslo.

TNS Gallup. (2013). *Energibarometeret - 2.kvartal 2013*. Oslo.

TNS Gallup. (2014). *Energibarometeret - 1.kvartal 2014*. Oslo.

Varian, H. R. (1980, September). A Model of Sales. *The American Economic Review*.

Von Der Fehr, N.-h. M., & Hansen, P. V. (2009). *Electricity retailing in Norway*. European University Institute.

8. Appendiks

8.1 Bertrand-konkurranse

Teori om Bertrand-konkurranse har tidligere blitt brukt i andre utredninger om sluttbruker markedet for kraft¹¹³. Church & Ware (2000) har en god forklaring på Bertrand-konkurranse som er utgangspunktet mitt før å kunne sammenligne denne konkurransetypen opp mot konkurransen i sluttbrukermarkedet for kraft.

Konkurransen i strømmarkedet har mange av de samme egenskapene som definerer Bertrand-konkurranse. Ved Bertrand-konkurranse konkurreres det med pris som strategisk variabel. I den enkleste versjonen av Bertrand-konkurranse har konkurrentene samme marginalkostnader, ingen kapasitetsbegrensninger og konkurrerer om kunder med et homogent produkt. Kundene er prisbevisste, noe som gir konkurrentene store incentiver til å underkutte hverandres pris for å kapre alle kundene i markedet. Resultatet er at alle leverandørene ender med opp med en pris lik marginalkostnad, noe som kalles Bertrand-paradokset. Dette kan vises matematisk. Det kan forutsettes at kunder er indifferente mellom hvilket selskap de kjøper et homogent gode fra. Gode blir tilbudt av selskap 1 og 2 der kundenes etterspørselen er gitt ved:

$$Q_1 = D_1(p_1, p_2)$$

$$Q_2 = D_2(p_1, p_2)$$

I det tilfelle at prisene til begge selskapene er like vil de dele kundene i markedet likt. Ellers vil kundene kjøpe gode fra selskapet med lavest pris. Dette kan uttrykkes gjennom etterspørselsfunksjon til hvert selskap (etterspørselsfunksjonen til selskap 2 er helt lik):

$$D_1(p_1, p_2) = \begin{cases} D_1(p_1) & \text{hvis } p_1 < p_2 \\ \frac{1}{2} D_1(p_1) & \text{hvis } p_1 = p_2 \\ 0 & \text{hvis } p_1 > p_2 \end{cases}$$

¹¹³ Se Fløtre (2005) og Sunde (2011)

For å finne Nash-likevekten mellom selskapene må man finne en pris hvor ingen av selskapene kan redusere eller øke prisen og samtidig oppnå større profitt. I dette prisspillet finnes det fire potensielle utfall.

$$P_1 > p_2 > c :$$

Ved dette utfallet vil selskap 1 ikke oppnå noe salg av sitt produkt og forsvinne ut av markedet. I stedet vil selskap 2 kapre alle kundene og oppnå profitt.

$$p_1 > p_2 = c :$$

Her får man samme resultat bare at selskap 2 ikke lengre oppnår profitt. Ved begge disse to utfallene oppstår det ikke en Nash-likevekt siden ett av selskapene forsvinner ut av markedet og vil tjene på og i stedet sette ned prisen sin.

$$p_1 = p_2 > c :$$

Her deler selskapene kundene likt og begge oppnår profitt. Det oppstår fortsatt ikke en Nash-likevekt, siden et av selskapene kan tilby gode til en marginalt lavere pris å kapre 100% av kundene.

$$p_1 = p_2 = c :$$

Dette er det eneste utfallet som gir Nash-likevekt til prisspillet mellom selskapene. Ingen av selskapene kan endre pris å oppnå større profitt. Hvis et av selskapene reduserer prisen, vil selskapet kapre hele markedet, men vil også gå med underskudd siden prisen ligger under marginalkostnaden. Hvis et av selskapene øker prisen, vil selskapet tape hele markedsandelen sin.

Dette paradokset ved at konkurransen mellom to selskap er nok til fjerne alt overskuddet blant alle tilbydere i markedet, kalles Bertrand-paradokset.

Konkurransen i sluttbrukermarkedet for kraft og Bertrand-konkurransen har flere likheter. Strøm er et homogent gode der leverandørene bruker pris som strategisk variabel for å oppnå større salg. Marginalkostnadene er ganske like blant leverandørene. Hovedsakelig er marginalkostnaden engrosprisen på Nord Pool Spot, som er lik for alle aktørene. Ellers

virker det sannsynlig at marginalkostnadene tilknyttet faktureringen av kundene ikke er veldig ulik mellom leverandørene. Ettersom strømmen fra Nord Pool Spot kan brukes til å forsyne alle strømkunder i Norge vil heller ikke en leverandør ha kapasitetsavgrensninger som vil gjøre det umulig å levere strøm til alle kunder i Norge.

Siden det tas mange forutsetninger ved Bertrand-konkurranse som ikke er gjeldende i sluttbrukermarkedet for kraft, vil Bertrand-paradokset ikke være en reel risiko for leverandørene. Produktdifferensiering, byttekostnader og heterogene kunder er noen av forskjellene mellom konkurransen i sluttbrukermarkedet og Bertrand-konkurranse som vil gjøre Bertrand-paradokset lite gjeldende i dagens kraftmarked.

8.2 Tabeller

8.2.1 Kommentar til tabellene 8.1, 8.2, 8.3 og 8.4

Tabell 8.1 viser en oversikt over alle leverandører som leverer strøm til private kunder i Norge, samt alle hjemmesidene. Oversikt over alle leverandørene ble tilsendt meg av NVE over e-post etter forespørsel.

Tabell 8.2 viser en oversikt over antall avtaler i markedet den 27.05.2014. Det er fordelt etter leverandør og avtaletyper. Alle tallene med mørk skrift er landsdekkende avtaler, mens avtaler med rød skrift er regionale avtaler. Tall med gul skrift er halvparten landsdekkende og halvparten regionale. Man kan bruke tabellene til å se hvor mange avtaler det er per avtaletype, hvor mange avtaler som er landsdekkende, meldepliktige, osv. Jeg har både brukt konkurransetilsynet og alle hjemmesidene til leverandørene til å lage en oversikt over alle avtaler i det private sluttbrukermarkedet.

Tabell 8.3 viser en oversikt over alle påslagene til alle spotprisavtalene. Som nevnt i kapittel 4.1.7, er alle fastpriser gjort om til variabelt påslag i øre/KWh som kunden må betale per år basert på et strømforbruk på 20000 kWh. Dette har også konkurransetilsynet gjort i sin oversikt (Konkurransetilsynet, 2014a). Påslagene er funnet via hjemmesidene og Konkurransetilsynet¹¹⁴.

¹¹⁴ Påslagene til spotprisavtalene til Austevoll Kraftlag SA og Hardanger Energi AS var ikke opplyst om på hjemmesidene, så jeg fikk disse påslagene over telefon.

Tabell 8.4 viser strømprisene på alle avtaler med variabler pris den 04.04.2014. Disse strømprisene forandres hyppig av leverandørene så de vil kunne avvike fra strømprisene et par uker frem i tid. Disse prisene er også funnet via hjemmesidene og Konkurransetilsynet.

Som i tabell 8.2 er alle spotprisavtalene og avtalene med variabel pris fordelt etter om de er regionale eller landsdekkende. Strømpriser og påslag i rød skrift er regionale og de i svart skrift er landsdekkende avtaler. Disse tallene brukes mange ganger gjennom oppgaven til måle prisvariasjon, prisforskjeller, og prisdiskriminering. Både hjemmesidene og Konkurransetilsynet blir brukt til å finne påslag og strømpriser. Konkurransetilsynet opplyser om hvor mange kommuner avtalene gjelder i, så her kan man enkelt finne ut om avtalene er landsdekkende eller regionale. Blant avtalene som ikke er meldepliktige kan man bruke hjemmesidene til å finne ut om avtalene er regionale eller landsdekkende. Her kan det være avvik. Det er mulig at noen fåtalls spotprisavtaler som jeg har satt som regionale egentlig er landsdekkende.

Siden oppgaven ikke fokuserer særlig mye på fastprisavtaler har jeg ikke notert priser på disse avtalene.

Tabell 8.1

Alle leverandører og hjemmesider

| Organisasjonsnr | Nettsidene til leverandørene | Organisasjonsnr | Nettsidene til leverandørene |
|-----------------|---|-----------------|---|
| 971048611 | ANDØY ENERGI AS - http://www.andoy-energi.no/ | 895691232 | MAX KRAFT AS - http://www.maxkraft.no/ |
| 911305631 | AS EIDEFOSS - http://www.eidefoss.no/ | 976977327 | MELØY ENERGI AS - http://www.mekraft.no/ |
| 985129770 | ASKØY ENERGI AS - http://www.askoykraft.no/ | 980341232 | MIDT KRAFT BUSKERUD AS - https://www.midtkraft.no/ |
| 975332438 | AURLAND ENERGIVERK AS - http://www.aurland-energi.no/ | 963022158 | MIDT-TELEMARK ENERGI AS - http://www.mtenergi.no |
| 959254893 | AUSTEVOLL KRAFTLAG SA - http://www.austevoll-kraftlag.no | 877051412 | MODALEN KRAFTLAG SA - http://www.modalenkraftlag.no/ |
| 971592117 | BALLANGEN ENERGI AS - http://www.ballangen-energi.no/ | 981375521 | NESSET KRAFT AS - http://www.nessetkraft.no/ |
| 990892687 | BE KRAFTSALG AS - http://www.bodoenergi.no/ | 960684737 | NORDMØRE ENERGIVERK AS - http://neas.mr.no/ |
| 953181606 | BINDAL KRAFTLAG SA - http://www.bindalkraftlag.no/ | 995114666 | NORD-SALTEN KRAFT AS - http://www.nordsaltenkraft.no/ |
| 948645017 | DALANE ENERGI IKS - http://www.dalane-energi.no/ | 948526786 | NORD-ØSTERDAL KRAFTLAG SA - http://www.nok.no/ |
| 911204177 | DRAGEFOSSEN KRAFTANLEGG AS - http://www.dragefossen.no | 984653360 | NORE ENERGI AS - http://www.nore-energi.no/ |
| 995287889 | E20STRØM AS - http://www.e20.no/ | 939692738 | NORGESENERGI AS - http://www.norgesenergi.no/ |
| 999173772 | EB STRØM AS - https://www.eb.no/strom/ | 991854126 | NTE MARKED AS - http://www.nte.no/index.php/no/ |
| 880258192 | EIDSIVA MARKED AS - http://www.eidsivaenergi.no/ | 976723805 | ODDA ENERGI AS - http://www.oddaenergi.no/ |
| 984061382 | ENERGI 1 KRAFTSALG FOLLO AS - www.energi1nett.no | 915019196 | OPPDAL EVERK AS - http://www.oppdal-everk.no/ |
| 971028513 | ETNE ELEKTRISITETSLAG SA - http://www.etneelag.no/forside | 979546386 | ORKDAL ENERGI AS - http://www.orkdalenergi.no/ |
| 911597551 | FAUSKE LYSVERK AS - http://www.fauskelv.no/ | 968398083 | RAKKESTAD ENERGI AS - http://www.rakkestadenergi.no/ |
| 944664440 | FINNÅS KRAFTLAG SA - http://www.finnas-kraftlag.no/ | 915317898 | RAULAND SA - http://www.rauland-kraft.no/ |
| 971028548 | FIJTJAR KRAFTLAG SA - http://kraft.fijtjar-kraftlag.no/ | 971066547 | RAUMA ENERGI KRAFT AS - http://www.rauma-energi.no/ |
| 911665670 | FJELBERG KRAFTLAG SA - http://www.fjelberg-kraftlag.no/ | 975991512 | RINGERIKS-KRAFT AS - http://www.ringeriks-kraft.no/ |
| 976944682 | FJORDKRAFT AS - http://www.fjordkraft.no/ | 957896928 | ROLLAG SA - http://www.rollagelverk.no/ |
| 982677386 | FLESBERG ELEKTRISITETSVERK AS - http://www.fekraft.no/ | 915558119 | RØDØY-LURØY KRAFTVERK AS - http://www.rlk.no/ |
| 994479970 | FOR BETTER DAYS AS - http://www.fbd.no/ | 915591302 | RØROS ELEKTRISITETSVERK AS - http://www.rev.no/ |
| 971031107 | FORSAND ELVERK - http://www.forsandelverk.no/ | 979940920 | RØYKEN KRAFT AS - http://www.roykenkraft.no/ |
| 981219082 | FORTUM MARKET'S AS - http://www.fortum.no | 980498646 | SELBU ENERGIVERK AS - http://www.selbu-energi.no/ |
| 883152212 | FOSENKRAFT AS - http://www.fosenkraft.no/ | 984882076 | SFE KRAFT AS - http://www.sfe.no/ |
| 980869288 | FREDRIKSTAD ENERGISALG AS - http://www.fes.no/ | 915870600 | SJØFOSSEN ENERGI AS - http://www.sjofossen.no/ |
| 858837162 | FUSA KRAFTLAG SA - http://www.fusa-kraftlag.no/ | 991077537 | SKJÅK ENERGI KF - http://www.skjaak-energi.no/ |
| 977205719 | GAULDAL ENERGI AS - http://www.gauldalenergi.no/ | 985592144 | SKS KRAFTSALG AS - http://www.sks.no/ |
| 941739601 | GUDBRANDSDAL ENERGI AS - http://www.ge.no/ | 948429209 | SKÅNEVIK ØLEN KRAFTLAG SA - http://www.soknett.no/ |
| 994160273 | HADELAND ENERGI STRØM AS - http://www.hadeland-energi.no/ | 916069634 | SOGNEKRAFT AS - http://www.sognekraft.no/ |
| 982584027 | HAFSLUND STRØM AS - http://www.hafslund.no | 982152178 | STANGE ENERGI MARKED AS - http://www.stangeenergi.no/ |
| 971589671 | HALLINGKRAFT AS - http://www.hallingkraft.no/ | 979951140 | STRANDA ENERGI AS - http://www.strandaenergi.no/ |
| 995680939 | HAMMERFEST ENERGI AS - http://hammerfestenergi.no/ | 976626192 | STRYN ENERGI AS - http://www.stryn-energi.no/ |
| 983502601 | HARDANGER ENERGI AS - http://www.hardangerenergi.no/ | 971034998 | SULDAL ELVERK KF - http://sev.no/ |
| 970983074 | HAUGALAND KRAFT AS - http://www.haugaland-kraft.no/ | 971029102 | SUNNDAL ENERGI KF - http://www.sunndalenergi.no/ |
| 844011342 | HELGELANDSKRAFT AS - http://www.helgelandskraft.no/ | 916501420 | SUNNFJORD ENERGI AS - http://www.sunnfjordenergi.no/ |
| 947537792 | HEMNE KRAFTLAG SA - http://www.hemnekraftlag.no/ | 919763159 | SVORKA ENERGI AS - http://www.svorka.no/ |
| 971030569 | HEMSEDAL ENERGI KF - http://www.hemsedal-energi.no/ | 947707981 | SØRFOLD KRAFTLAG SA - http://www.sorkraft.no/ |
| 985834059 | HJARTDAL ELVERK AS - http://www.hjartdal-elverk.no/ | 982267005 | TAFJORD MARKED AS - http://www.tafjord.no/ |
| 979914733 | HURUM KRAFT AS - http://www.hurumkraft.no/ | 985283648 | TELINET ENERGI AS - http://www.telinet.no/ |
| 948067323 | HØLAND OG SETSKOG ELVERK SA - http://hsevstrom.no/ | 982173329 | TINN ENERGI AS - http://www.tinnenergi.no/ |
| 912432181 | HÅLOGALAND KRAFT AS - http://www.hilkmarked.no/ | 968002228 | TROLLFJORD KRAFT AS - http://www.trollfjord.no/ |
| 979139268 | ISHAVSKRAFT AS - http://www.ishavskraft.no/ | 880396072 | TRONDHEIM KRAFT AS - http://www.trondheimkraft.no/ |
| 923253920 | ISTAD KRAFT AS - http://www.istad.no/ | 993385565 | TRØNDERENERGI AS - http://www.tronderenergi.no/ |
| 881475162 | JOTUNKRAFT AS - http://www.jotunkraft.no/ | 983450326 | TUSSA-24 AS - http://www.tussa.no/ |
| 980317471 | KRAFTINOR AS - http://www.kraftinor.no/ | 848382922 | TYSNES KRAFTLAG SA - http://tysnes-kraftlag.no/ |
| 997870263 | KRAGERØ KRAFT AS - http://www.krageroenergi.no/ | 965809090 | USTEKVEIKJA ENERGI AS - http://www.ustekveikja.no/ |
| 971030658 | KRØDSHERAD EVERK KF - http://www.krodsheradeverk.no/ | 953681781 | VALDRES ENERGIVERK AS - http://www.valdresenergi.no/ |
| 974743329 | KVAM KRAFTVERK AS - http://www.kvam-kraftverk.no/ | 985519366 | VARANGER AS - http://www.varanger-kraftmarked.no/ |
| 955664361 | KVIKNE-RENNEBU KRAFTLAG SA - http://www.krkn.no/ | 894973722 | VESTERÅLSKRAFT STRØM AS - http://www.vesteralskraft.no/ |
| 966309202 | KVINNHEDAL ENERGI AS - http://www.kvinnherad-energi.no/ | 955996836 | VEST-TELEMARK KRAFTLAG SA - http://www.vtk.no/ |
| 979933134 | LIER EVERK AS - http://www.lier-everk.no/ | 976550013 | VOKKS KRAFT AS - http://www.vokks.no/ |
| 982974062 | LOS AS - http://www.los.no/ | 984665776 | VOSS ENERGI AS - http://www.vossenergi.no/ |
| 933297292 | LUSTER ENERGIVERK AS - http://www.lusterenergi.no/ | 993300012 | ØVRE EIKER STRØM AS - http://www.oenergi.no/ |
| 980335224 | LYSE ENERGISALG AS - http://www.lyse.no/ | 971031425 | ÅRDAL ENERGI KF - http://www.ardal-energi.no/ |
| 914078865 | LÆRDAL ENERGI AS - http://www.laerdalenergi.no/ | | |

Tabell 8.2

Antall avtaler av hver avtaletype som blir tilbudt i sluttbrukermarkedet

| Dato 27.05.2014 | Meldepliktige | | | Ikke meldepliktige | | | | | Antall avtaler per aktør |
|-------------------------------|---------------|------|----------|--------------------|------|----------|------|---------|--------------------------|
| | Leverandør | Spot | Variabel | Fast | Spot | Variabel | Fast | Spesial | |
| ANDØY ENERGI AS | | | | 1 | | | | 1 | 2 |
| AS EIDEFOSS | | | 1 | 1 | | 1 | | | 3 |
| ASKØY ENERGI KRAFTSALG AS | | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 4 |
| AURLAND ENERGIVERK AS | | 1 | 1 | | | 1 | | | 3 |
| AUSTEVOLL KRAFTLAG SA | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| BALLANGEN ENERGI AS | 1 | | 2 | | | 3 | | 1 | 7 |
| BINDAL KRAFTLAG SA | | 1 | | | | | | | 1 |
| BODØ ENERGI KRAFTLAG | | | 2 | 2 | | 1 | 1 | | 6 |
| DALANE ENERGI IKS | 2 | 1 | | | | 2 | | | 5 |
| DRAGEFOSSEN KRAFTANLEGG AS | 1 | 1 | 2 | | | 3 | 2 | | 9 |
| E20STRØM AS | | | | 1 | | | | | 1 |
| EB STRØM AS | | | | 1 | | 1 | | | 2 |
| EIDSIVA MARKED AS | 1 | 2 | 2 | 1 | | | 1 | | 7 |
| ENERGI 1 KRAFTSALG FOLLO AS | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| ETNE ELEKTRISITETSLAG SA | | | | 1 | | 1 | | | 2 |
| FAUSKE LYSVERK AS | 1 | 1 | 2 | | | 3 | 2 | | 9 |
| FINNÅS KRAFTLAG SA | | | 1 | 1 | | | | | 2 |
| FITJAR KRAFTLAG SA | | 1 | 1 | | | | | | 2 |
| FJELBERG KRAFTLAG SA | 1 | | | | | | | | 1 |
| FJORDKRAFT AS | 1 | 2 | | 2 | | | 2 | | 7 |
| FLESBERG ELEKTRISITETSVERK AS | 1 | 1 | | | | | | | 2 |
| FOR BETTER DAYS AS | | | | 1 | | | | | 1 |
| FORSAND ELVERK | | 1 | | | | | | | 1 |
| FORTUM MARKETS AS | 4 | | | 3 | | | | | 7 |
| FOSENKRAFT AS | | | 1 | 1 | | | | 1 | 3 |
| FREDRIKSTAD ENERGISALG AS | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| FUSA KRAFTLAG SA | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| GAULDAL ENERGI AS | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| GUDBRANDSDAL ENERGI AS | 5 | 5 | 1 | | | 1 | | | 12 |
| HADELAND ENERGI STRØM AS | | | | 1 | | | | | 1 |
| HAFSLUND STRØM AS | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 9 |
| HALLINGKRAFT AS | | 2 | | 1 | | | 2 | | 5 |
| HAMMERFEST ENERGI AS | | | | 1 | | | | 1 | 2 |
| HARDANGER ENERGI AS | | 1 | | 1 | | 3 | | 1 | 6 |
| HAUGALAND KRAFT AS | | 3 | 1 | 2 | | | | | 6 |
| HELGELANDSKRAFT AS | 1 | 1 | 2 | 2 | | | | | 6 |
| HEMNE KRAFTLAG SA | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| HEMSEDAL ENERGI KF | | 1 | 2 | | | | | | 3 |
| HJARTDAL ELVERK AS | 1 | | | | | | | | 1 |
| HURUM KRAFT AS | | 1 | 1 | 2 | | 1 | | 1 | 6 |
| HØLAND OG SETSKOG ELVERK SA | | | | 1 | | 1 | | 1 | 3 |
| HÅLOGALAND KRAFT AS | | 1 | 2 | 1 | | | | | 4 |
| ISHAVSKRAFT AS | | | | 2 | | 2 | | | 4 |
| ISTAD KRAFT AS | | | | 3 | | 1 | 1 | | 5 |
| JOTUNKRAFT AS | | 1 | | 1 | | 1 | | | 3 |
| KRAFTINOR AS | 2 | | 2 | 1 | | 1 | | 1 | 7 |
| KRAGERØ KRAFT AS | | | | 1 | | | | | 1 |
| KRØDSHERAD EVERK KF | | 1 | | | | | | | 1 |
| KVAM KRAFTVERK AS | | 2 | 1 | 1 | | 1 | | | 5 |
| KVIKNE-RENNEBU KRAFTLAG SA | | | 1 | 1 | | | | | 2 |
| KVINNHERRAD ENERGI AS | | | | 1 | | | | | 1 |
| LIER EVERK AS | 1 | 1 | | 1 | 1 | | | | 4 |
| LOS AS | | | 1 | 1 | 3 | | | | 5 |
| LUSTER ENERGIVERK AS | 1 | 1 | | | | 3 | | | 5 |
| LYSE ENERGISALG AS | | | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 5 |
| LÆRDAL ENERGI AS | 1 | 2 | 2 | 2 | | | | | 7 |
| MALVIK EVERK AS | | 1 | | 2 | | | | | 3 |
| MAX KRAFT AS | | 1 | | | | | | | 1 |

Tabell 8.3

Påslag på alle spotprisavtaler

| Dato 03.06.2014 | | | | | | | Antall avtaler per aktør | |
|-------------------------------|-------------------------------|------|-----|------|-----|---------------------------------|--------------------------|---|
| Leverandør | Meldepliktige Spotprisavtaler | | | | | Spotprisavtaler uten meldeplikt | | |
| ANDØY ENERGI AS | | | | | | 4,6 | | 1 |
| AS EIDEFOSS | | | | | | 4,2 | | 1 |
| ASKØY ENERGI KRAFTSALG AS | | | | | | 5,78 | | 1 |
| AUSTEVOLL KRAFTLAG SA (tlf) | | | | | | 3,54 | | 1 |
| BALLANGEN ENERGI AS | 4 | | | | | | | 1 |
| BODØ ENERGI KRAFTLAG | | | | | | 2,94 | 1,74 | 2 |
| DALANE ENERGI IKS | 3,5 | 3 | | | | | | 2 |
| DRAGEFOSSEN KRAFTANLEGG AS | 4 | | | | | | | 1 |
| E20STRØM AS | | | | | | 2,82 | | 1 |
| EB STRØM AS | | | | | | 2,34 | | 1 |
| EIDSIVA MARKED AS | 3,39 | | | | | 3,67 | | 2 |
| ENERGI 1 KRAFTSALG FOLLO AS | | | | | | 5,67 | | 1 |
| ETNE ELEKTRISITETSLAG SA | | | | | | 5,99 | | 1 |
| FAUSKE LYSVERK AS | 4 | | | | | | | 1 |
| FINNÅS KRAFTLAG SA | | | | | | 1,74 | | 1 |
| FJELBERG KRAFTLAG SA | 2,3 | | | | | | | 1 |
| FJORDKRAFT AS | 0,83 | | | | | 4,04 | 4,54 | 3 |
| FLESBERG ELEKTRISITETSVERK AS | 1 | | | | | | | 1 |
| FOR BETTER DAYS AS | | | | | | 5,87 | | 1 |
| FORTUM MARKETS AS | 0,05 | 2,5 | 0,8 | 4,95 | | 7,69 | 4,69 8,3 | 7 |
| FOSENKRAFT AS | | | | | | 4,75 | | 1 |
| FREDRIKSTAD ENERGISALG AS | | | | | | 4,97 | | 1 |
| FUSA KRAFTLAG SA | | | | | | 5,04 | | 1 |
| GAULDAL ENERGI AS | | | | | | 1,79 | | 1 |
| GUDBRANDSDAL ENERGI AS | 0 | 2,58 | 5,2 | 3,96 | 4,2 | | | 5 |
| HADELAND ENERGI STRØM AS | | | | | | 2,28 | | 1 |
| HAFSLUND STRØM AS | 0,96 | | | | | 4,39 | | 2 |
| HALLINGKRAFT AS | | | | | | 2,94 | | 1 |
| HAMMERFEST ENERGI AS | | | | | | 3,86 | | 1 |
| HARDANGER ENERGI AS (tlf) | | | | | | 3,55 | | 1 |
| HAUGALAND KRAFT AS | | | | | | 5,56 | 4,96 | 2 |
| HELGELANDSKRAFT AS | 2,94 | | | | | 2,7 | 3,94 | 3 |
| HEMNE KRAFTLAG SA | | | | | | 2,34 | | 1 |
| HJARTDAL ELVERK AS | 3,13 | | | | | | | 1 |
| HURUM KRAFT AS | | | | | | 2,7 | 3,49 | 2 |
| HØLAND OG SETSKOG ELVERK SA | | | | | | 6,7 | | 1 |
| HÅLOGALAND KRAFT AS | | | | | | 5,4 | | 1 |
| ISHAVSKRAFT AS | | | | | | 2,93 | 4,64 | 2 |
| ISTAD KRAFT AS | | | | | | 6,69 | 5,69 5,09 | 3 |
| JOTUNKRAFT AS | | | | | | 6,34 | | 1 |
| KRAFTINOR AS | 0 | 3,38 | | | | 7,06 | | 3 |
| KRAGERØ KRAFT AS | | | | | | 2,9 | | 1 |
| KVAM KRAFTVERK AS | | | | | | 3,95 | | 1 |
| KVIKNE-RENNEBU KRAFTLAG SA | | | | | | 5 | | 1 |
| KVINNHHERAD ENERGI AS | | | | | | 6,25 | | 1 |
| LIER EVERK AS | 3,35 | | | | | 4,64 | | 2 |
| LOS AS | | | | | | 5,19 | | 1 |
| LUSTER ENERGIVERK AS | 4,5 | | | | | | | 1 |
| LYSE ENERGISALG AS | | | | | | 5,12 | 5,9 | 2 |
| LÆRDAL ENERGI AS | 3,75 | | | | | 3,93 | 4,35 | 3 |
| MALVIK EVERK AS | | | | | | 2,5 | 2,34 | 2 |
| MELØY ENERGI AS | 4 | 2,38 | | | | | | 2 |
| MIDT KRAFT BUSKERUD AS | | | | | | 4,08 | 5,19 2,94 | 3 |
| MIDT-TELEMARK ENERGI AS | 3,95 | | | | | 4,85 | | 2 |
| NESSET KRAFT AS | 4,5 | | | | | | | 1 |
| NORDMØRE ENERGIVERK AS | | | | | | 5,27 | | 1 |
| NORD-SALTEN KRAFT AS | 4 | | | | | | | 1 |

Figurer

| | |
|---|----|
| Figur 2.1 Strømpris, nettleie og avgifter for en gjennomsnittlig strømkunde i 2013 | 14 |
| Figur 4.1 Spotpriser på Nord Pool Spot fra 1999 - 2013 | 22 |
| Figur 4.2 Justert innmatingsprofil etter kvartal | 27 |
| Figur 4.3 Konkurransetilsynets innmatingsprofil «Normalforbruk» | 28 |
| Figur 5.1 Antall leverandørskifter per år | 32 |
| Figur 5.2 Fordeling mellom standardavtalene fra 1998-2013 | 33 |
| Figur 5.3 Gjennomsnittlig markedsandel for den dominerende leverandøren i hvert nettområde | 34 |
| Figur 5.4 Antall kunder som mottar strøm på leveringsplikt | 35 |
| Figur 5.5 Drivere for tilfredshet med leverandøren – Hva kundene legger vekt på | 40 |
| Figur 5.6 Gjennomsnittlig påslag per spotprisavtale-kategori | 42 |
| Figur 5.7 Gjennomsnittlig påslag på meldepliktige spotprisavtaler fra 2011-2014 | 44 |
| Figur 5.8 Gjennomsnittlig strømpris for ulike kategorier av variabel pris | 45 |
| Figur 5.9 Prisforskjell mellom systempris og de to avtaletypene spotprisavtale og variabel pris | 52 |
| Figur 6.1 Årlig strømpris på avtalene «Telinet Online» og «Standard variabel pris» | 68 |
| Figur 6.2 Differansen mellom veid spotpris fra enkelte leverandører og uveid spotpris på Nord Pool Spot | 74 |

Tabeller

| | |
|--|----|
| Tabell 2.1 Beregning av veid og uveid spotpris | 16 |
| Tabell 5.1 Prisvariasjon mellom spotprisavtalene | 43 |
| Tabell 5.2 Prisvariasjon mellom avtaler med variabel pris | 46 |
| Tabell 5.3 Historiske årlige strømpriser på landsdekkende avtaler med variabel pris | 47 |
| Tabell 5.4 Årlig gjennomsnittlig strømpris og prisforskjell mellom avtaletypene | 50 |
| Tabell 5.5 Prisforskjell mellom gjennomsnittlig strømpris og systempris på Nord Pool Spot | 51 |
| Tabell 6.1 Prisdiskriminering innenfor spotprisavtalene | 56 |
| Tabell 6.2 Prisdiskriminering hos Teline Energi AS | 57 |
| Tabell 6.3 Prisdiskriminering hos Stange Energi Marked AS | 58 |
| Tabell 6.4 Prisdiskriminering mellom avtaler med variabel pris | 59 |
| Tabell 6.5 Prisdiskriminering hos Gudbrandsdalen Energi | 60 |
| Tabell 6.6 Prisdiskriminering hos Hafslund Strøm AS | 62 |
| Tabell 6.7 Prisdiskriminering hos Eidsiva Marked AS | 63 |
| Tabell 6.8 Kampanjetilbud av Norges Energi | 66 |
| Tabell 6.9 Kampanjetilbud av Fjordkraft | 69 |
| Tabell 6.10 Hafslunds spotprisavtaler | 70 |
| Tabell 6.11 Differanse mellom veid spotpris fra enkelte leverandører og uveid spotpris på Nord Pool Spot | 73 |
| Tabell 8.1 Alle leverandører og hjemmesider | 89 |

| | |
|--|----|
| Tabell 8.2 Antall avtaler av hver avtalestype som blir tilbudt i sluttbrukermarkedet | 90 |
| Tabell 8.3 Påslag på alle spotprisavtaler | 91 |
| Tabell 8.4 Strømpris på alle avtaler med variabel pris | 92 |